

# **LOS CAMBIOS DE FORMATOS Y CONTENIDOS EN LOS INFORMATIVOS DE TELEVISIÓN. ¿ESPECTACULARIZACIÓN O CONCIENCIACIÓN SOCIAL?**

**Carles Marín Lladó**

**Universidad Rey Juan Carlos. Madrid**

La llegada de la democracia a España propició un cambio social y posteriormente tecnológico que se preveía imparable e irreversible, y que sacaría del letargo en el que estaban sumidos los españoles a causa de una dictadura política que había durado demasiados lustros. La modernización, que a finales de los años setenta reconvertiría definitivamente a una sociedad española encorsetada, posiblemente asustada, pero con ansias de libertad y de emprender un nuevo vuelo, empezaba a ser una realidad, aunque tan solo fuese percibida de forma global por aquellos que luchaban con total convicción.

Las tecnologías por excelencia que ayudaron a este cambio fueron, sin duda, los medios de comunicación audiovisuales, sobre todo la televisión. Desde su nacimiento en España, en el año 1956, hasta la llegada de los terceros canales, los autonómicos, en el año 1983 y, por supuesto, la aparición de las televisiones privadas, en el año 1990, este medio de comunicación fue cambiando al igual que lo hacía la sociedad. La televisión se configuró como una alternativa a la radio, como un medio de entretenimiento, en blanco y negro, y como algo técnicamente complejo, de producción costosa y de afianzamiento progresivo. Este medio audiovisual cambiaría, se expandiría y, por supuesto, mejoraría con el tiempo. De hecho se ha convertido en el objeto de ocio indispensable en todos los hogares españoles, puesto que el 99,7% dispone de un televisor en casa como mínimo. Otro dato que cabe resaltar es que el 22,8% de hogares de España dispone de tres o más receptores<sup>1</sup>.

Con el tiempo, la televisión ha pasado de ser un medio sólo de entretenimiento a convertirse en un referente informativo de todo un país, como es el caso de España.

---

<sup>1</sup> Son datos del Estudio General de Medios (EGM) del 31 de diciembre de 2003, publicados en el Anuario SGAE 2004, página 448.

Desde el primer 'Telediario', el 15 de septiembre de 1957, hasta hoy, bien entrado el año 2005, los informativos se han convertido en los espacios diarios líderes de audiencia y credibilidad (Marín, 2003, pp. 103-108).

Aun así, los informativos de televisión en España han cambiado más en los últimos quince años que en toda su historia. Los motivos son dos: la entrada de los canales privados y el fuerte impacto de las nuevas tecnologías, principalmente Internet a partir del año 1995.

Hasta 1990, TVE no tenía competencia, si bien las autonómicas empujaban para hacerse un hueco en sus respectivos territorios. Las privadas y su afán creativo y de expansión obligaron al Ente público a reaccionar, "sobre todo cuando veía que sus propios profesionales se marchaban a buscar nuevas inquietudes y experiencias" (Marín, 2003, p. 130). De hecho, la reacción se produjo y se ha ido viendo a lo largo de estos últimos catorce años con el arraigo de unas ansias tecnológicas de los profesionales por ofrecer más y mejor información, y de una sociedad, la española, cada vez más concienciada en ellas y necesitada de noticias. Si a todo ello se le añade el papel que está jugando Internet, desde hace ya diez años, como forma de conexión permanente a la información y a la realidad -actualizada cada pocos minutos-, todavía se percibe más este sentimiento de que todo pasa por una sociedad más condicionada por sus cambios internos y por los procesos y conceptos tecnológicos.

### **Los espacios informativos en contraposición a los espacios de entretenimiento. El infoentretenimiento**

Mariano Cebrián Herreros distingue tres categorías para clasificar los géneros televisivos: los expresivos, los referenciales y los apelativos.

Los *Géneros expresivos* y *testimoniales* son los que muestran el pensamiento, interpretación u opinión del autor, o incluso su propio testimonio. Los *Géneros apelativos o dialógicos* se basan en las opiniones de expertos o conocedores de un tema, mediante el diálogo que establecen con el periodista o persona que media con sus preguntas. Y por último, los *Géneros referenciales o expositivos* ofrecen una versión claramente distanciada de los hechos, mediante sus exposiciones narrativas o

descriptivas. En estos últimos cabe distinguir los subgéneros de la noticia, el reportaje, el informe periodístico, el documental y el docudrama (Cebrián Herreros, 1992, 35-43).

Por otra parte, en televisión se distinguen claramente dos tipos de programas: los informativos y los de entretenimiento. Aun así, existen espacios que incorporan información y entretenimiento. Para estos casos, el hilo conductor no es la noticia en sí, sino el conjunto de todos los géneros televisivos o algunos de ellos.

Precisamente, de noticias están hechos los programas informativos, con el apoyo del reportaje y el informe periodístico. La misión de estos espacios es, básicamente, ofrecer al telespectador la actualidad de una forma puntual, facilitando las imágenes y sonidos que hagan posible su conocimiento más completo. Los más conocidos son los telediarios. En muchas ocasiones, la relación temporal que existe entre el momento en que se produce la noticia y el momento en que se transmite al telespectador es instantánea. Para ello, se conecta con un corresponsal de área, o un enviado especial, que cuenta lo que se está produciendo o lo que ya ha ocurrido.

Estos programas deben diferenciarse de un modo estricto de otros espacios llamados 'de entretenimiento', que tienen como objetivo distraer al telespectador y ofrecerle un tiempo de televisión divertido y ameno, a través de la entrevista, la crítica, el comentario, la encuesta, etc.

Pues bien, hecha esta distinción, cabe preguntarse: ¿Es actualmente el informativo de televisión un programa propiamente dicho o se ha convertido en un espacio de entretenimiento, renunciando a su razón de ser como espacio de conocimiento, con una finalidad educativa y de calidad lingüística?

Lo cierto es que, cada vez más, la televisión en general se está convirtiendo en espectáculo, revirtiendo este efecto en todos los programas que ésta emite, ya sean información, ya sean entretenimiento. Todos los responsables de las cadenas de TV ven este medio como un negocio y, si bien los espacios de información siempre han servido para prestigiar el medio y ofrecer conocimiento, hoy en día estos programas se acercan más a un modo de hacer televisión para entretener, huyendo del género de la noticia, y acercándose más a la crónica, al comentario, a la crítica, y también a la opinión. Sirvan

como ejemplos los programas magazines matinales tan en boga en las televisiones de nuestro país, que incorporan la información con un tono más ligero, centrándose en los aspectos más sociales de la noticia (que afectan más al telespectador) que en la noticia entendida como tal, en su estado más puro. Es partir de este momento cuando estaríamos hablando de un tipo de programas llamado 'de infoentretenimiento'. La pregunta retórica que cabe formular es: ¿Son también los programas de información tradicional actuales espacios de infoentretenimiento?

### **El infoentretenimiento y la espectacularización de la televisión**

Si tenemos en cuenta que en España el 90% de la población consume televisión y que de este porcentaje, más del 50% sólo se informa a través de ella, es decir, más de 20 millones de personas, podemos hacernos una idea de la importancia de este medio y de sus informativos, puesto que generan un gran impacto en la sociedad.

Por esta razón, en los últimos tiempos, los empresarios de las cadenas se han dado cuenta del instrumento de poder que tienen en sus manos. Son conscientes de que pueden dirigir contenidos, interpretarlos y, si conviene, hacer ver a la opinión pública que son necesarios cambiarlos por otros. A esta consciencia también se han sumado publicistas y políticos, ya que a unos les interesan por intereses económicos y a otros por cuestiones electoralistas. A raíz de todo ello, investigadores en comunicación han encontrado en estos formatos, como fenómeno social, material de estudio. Así, los profesores de periodismo, Bernardo Díaz Nosty y Teodoro León Gross, han alertado sobre la espectacularización de los informativos de televisión, a través de hechos noticiosos basados más en los sucesos y la violencia, desde el punto de vista más sensacionalista, en detrimento de las noticias nacionales, internacionales y económicas, tal y como hasta hace poco años se conformaban estos espacios.

“El cambio de estrategia en los informativos se ha hecho visible, de manera progresiva, en la última década, de modo que han adquirido relieve informativo la violencia doméstica, la siniestralidad vial, los asuntos judiciales relacionados con crímenes pasionales y, en general, los sucesos, pero también el espacio de los espectáculos, los deportes y el mundo de la farándula [...] Los espacios noticiosos de la televisión se han espectacularizado en los últimos años, lo que supone un

empobrecimiento en sus contenidos, rigor y variedad temática. El fenómeno no es exclusivo de España y sigue una deriva que en los Estados Unidos, de forma mucho más acusada que en Europa, ha supuesto lo que se ha dado en llamar la *tabloidización* de los noticiarios, esto es, la traslación al espacio audiovisual de los códigos de la prensa sensacionalista. El fenómeno de la *tabloidización* orienta los contenidos, como se ha señalado, hacia las noticias de sucesos, escándalos, vida social y deportes, con registros menores de otros aspectos, considerados en terminos periodísticos, como las verdaderas referencias informativas. Noticiarios que alimentan, en muchos casos, los escenarios, situaciones y personajes que aparecerán en programas de variedades, crónica rosa, nota roja y deportes. Esto es, los informativos sesgados hacia el sensacionalismo mueven al consumo de otras narraciones para-periodísticas, en las que ya se desvanecen los últimos rasgos de la función social del informador, los referentes éticos y otros valores distintivos de la profesión periodística” (Díaz Nosty, 2006, 22-23).

“Esta *tabloidización* temática se sostiene en todas las cadenas con un discurso al que sus conductores le imprimen un tono de formalidad periodística, vigor narrativo y credibilidad. Pero las debilidades de todos —anecdoticación, centralismo informativo, falta de neutralidad con respecto a los intereses del emisor, pobreza de soluciones, escasa renovación en la edición vespertina...— resultan patentes en un análisis incluso primario, desvelando la correspondencia con un público acrítico. La generalización de géneros es sólo teórica, ya que el comentario está ausente, la entrevista apenas aparece como recurso periodístico y las crónicas son el relato de los corresponsales. Estos informativos están lejos de ser un medio de referencia, no ya dominante, sino inductiva. El modelo comercial ha ganado por la mano, ya que esos informativos “se han convertido, en efecto, en auténticos magazines, programas contenedores en donde todo cabe, especialmente si es ajeno a la información relevante en el orden social y dispone de imágenes vistosas. Ahí se define su claudicación, alejándose del prestigio informativo”. (León Gross, 2006, 279).

Pero más allá de este alarmismo hecho público por investigadores y expandido, después, por los medios de comunicación social, lo cierto es que la televisión no se ha espectacularizado, sino que simplemente ha evolucionado a través de los cambios de formatos. Y esto no significa necesariamente sensacionalismo. Los informativos de la

televisión actual en España están más apegados a la realidad, ofreciendo al telespectador más cercanía, a partir de informaciones de corte más humano, con una clara concienciación social.

Es cierto que los noticiarios ofrecen más sucesos y menos política, pero es a través de la denuncia social —con noticias que hablan de violencia de género, de acoso, de accidentes de tráfico, de violencia en general...— cuando el propio telespectador se da cuenta de que existen vías que le protegen y, gracias a ello, se anima a denunciar este tipo de actos que atentan contra su persona o contra personas de su entorno.

La televisión no nació como medio informativo, sino como un medio basado en el entretenimiento, tal y como se ha señalado anteriormente. Con el paso del tiempo y con el respaldo de la audiencia, este medio se ha convertido en la ventana de información más inmediata, que narra lo que sucede en nuestro entorno más cercano y también más lejano. Por lo tanto, y de acuerdo con esta evolución, los informativos de TV tienden hacia el infoentretenimiento y no hacia el sensacionalismo, con la finalidad de no perder de vista su razón de ser, su idiosincrasia, en una sociedad cada vez más interesada por lo audiovisual.

### **Los informativos y el empobrecimiento del discurso**

Pero el cambio de formato hacia el infoentretenimiento de los noticiarios de televisión ha conllevado, sin ninguna duda, al empobrecimiento estructural y de contenido de estos espacios. Tanto es así que en los espacios de noticias de los últimos años se puede observar un resentimiento del lenguaje utilizado a través de formas estereotipadas, de apartamientos de la norma en construcciones entendidas como correctas, de estereotipos y de frases hechas, lo que produce en el telespectador más sensible una sensación de falta de preparación y, en consecuencia, una pérdida de confianza y credibilidad en el medio. Por otro lado, al telespectador con menos preparación le quita la posibilidad, sin que éste se dé cuenta, de que el informativo le sirva como fuente de conocimiento, y sobre todo, como fuente educativa. Véase lo comentado en los siguientes ejemplos:

### *Formas estereotipadas*

La convicción de que el lenguaje periodístico televisual debe ser cercano al habla de cualquier español medio, esto es, conformarse a partir de sus variantes más coloquiales ha dado como resultado que los periodistas utilicen unas formas estereotipadas del verbo que empobrecen el lenguaje. Verbos como *hacer, tener, decir, haber, ser, estar*, etc. son utilizados de forma constante en los informativos. El hecho de ser un recurso fácil o comodín que se adapta a todos los casos ha llevado a que el profesional del periodismo no busque en el diccionario un vocablo más preciso para dar una mayor concisión al mensaje que pretende transmitir. Àlex Grijelmo habla, precisamente, de esta pobreza de expresión aplicada a los verbos y aboga porque estos se ciñan con precisión a lo que se desea escribir: 'No caigamos en verbos que desempeñan la función de chicos para todo' (GRIJELMO, 1997, p. 342). Como ejemplos, además de los ya citados, destacan: *afirmar, asegurar, realizar*, etc.

#### Informativos Telecinco

"De nuevo ha saltado la alarma nuclear. En esta planta de Corea del Sur varios trabajadores HACÍAN AYER trabajos de mantenimiento cuando se produjo una fuga de agua pesada. En principio se dijo que 22 trabajadores habían quedado expuestos a niveles de radiación por encima de lo normal. Pero hoy se ha sabido que no les había afectado la fuga. Esta mañana habían vuelto al trabajo como un día cualquiera [...]"

#### Informativos Telecinco

"Pero la verdadera vacuna antisubidón deberán inyectarla los magnates del petróleo. Mañana vuelven a verse las caras en Viena y estarán divididos. El mundo entero le PEDIRÁ otra vez a la OPEP que esta vez SE ANIME A SACAR tantos barriles a la venta como demandan las economías más poderosas. Los incrementos que aprobaron hace cuatro meses SE HAN QUEDADO en solo un espejismo. Lo que HICIERON fue blanquear el crudo que ya HABÍA a la venta [...]"

#### La 2 Noticias

"Nos acercamos ahora un ratito a Londres para ver cómo va el último capítulo de la Guerra de los Blair. Esa guerra incruenta que Cherie le ha declarado a Tony por culpa de los permisos de paternidad en Gran Bretaña. Y no hablamos precisamente del

permiso de paternidad del Primer ministro, que ha dicho que no se lo va a COGER aunque su esposa se lo haya PEDIDO [...]. Los sindicatos, y Cherie en su nombre, quieren que ese permiso se lo pueda COGER cualquier padre, y no solo los de los niños nacidos a partir de diciembre del año pasado como dicta la ley. Así que la señora Blair [...] puede ganar la batalla que ha perdido en casa".

#### *Apartamientos de la norma en construcciones entendidas como correctas*

El poder de difusión de los usos lingüísticos que tienen los medios de comunicación es inimaginable. La televisión y sus informativos son el punto de referencia de millones de espectadores en todo el mundo, no tan solo por la credibilidad de las informaciones, sino, y además, por el lenguaje que en ellos se maneja. Aquella frase tópica pero real: 'lo han dicho en la tele' es un claro ejemplo de que aquello que el espectador ve y oye en un telediario le da la suficiente confianza para que se lo crea y lo incorpore en su caja cerebral destinada a lo creíble y aplicable, si piensa que le puede ser útil para emplearlo en alguna ocasión.

Por tanto, y de acuerdo con estas premisas, el profesional de la información debe sentirse más obligado, si cabe, a que sus informaciones sean correctas en todos los sentidos. En el ámbito del lenguaje es importante que se detecten las anomalías y construcciones que se apartan de la norma que diariamente se producen para que se subsanen y, así, no confundan al televidente. Es cierto que es difícil que muchos apartamientos de la norma en la construcción de formas lingüísticas entendidas como correctas puedan ser observados por el espectador. No obstante, por si acaso y por el bien de la aplicación correcta de la norma lingüística, los manuales de estilo periodístico hablan de la conveniencia de que el periodista sea muy meticuloso y preciso en toda la creación de su discurso informativo-narrativo.

A continuación se pueden observar algunos ejemplos de estos apartamientos de la norma, la mayoría de los cuales van ligados a la construcción de verbos. De todas formas, también hay otros casos que afectan al léxico y a la sintaxis, lo que sin duda provoca este empobrecimiento lingüístico antes señalado.

Ejemplo 1: Utilizar el verbo ‘cesar’ como transitivo, cuando es intransitivo:

Informativos Telecinco

"Si NÚÑEZ CESARA A VAN GAAL le debería indemnizar con la friolera de mil millones. Puede que entonces el relevo fuera otro holandés, Ronald Koeman, que va a emigrar a su país para rodarse como primer entrenador y a quien la plantilla ve con muy buenos ojos".

Ejemplo 2: Fenómeno del ‘queísmo’. Ultracorrección del dequeísmo:

A3 Noticias

"[...] Opinión de la que cada vez se desmarca más el Partido Socialista. Su sintonía con Ibarretxe, dicen que no es por darle estabilidad en el Gobierno, sino porque ESTÁN CONVENCIDOS QUE con la propuesta de paz, aprobada el viernes en el Parlamento, se liquidó Estella.

Ejemplo 3: Verbo que necesita preposición de régimen verbal: confiar en ...

A3 Noticias

"[...] Para los hoteleros, el aumento de un veinte por ciento de las compras de segunda residencia en la costa les ha afectado negativamente. CONFÍAN, SIN EMBARGO, QUE la ocupación hotelera se recupere en el mes de agosto y que el dos mil no sea un mal año [...]"

Ejemplo 4: Supuesto sujeto de un verbo impersonal.

Informativos Telecinco

"[...] Desde la caída del Muro de Berlín, en 1989, los conflictos armados han causado la muerte de más de cuatro millones de personas, nueve de cada diez civiles; y durante los años noventa HA HABIDO TREINTA Y NUEVE GUERRAS".

Ejemplo 5: Sujeto en singular con verbo en plural.

A3 Noticias

"[...] Allí mismo UN MATRIMONIO INDÍGENA LE REGALARON A LOS REYES sendos ponches bolivianos. Don Juan Carlos no dudó en hacer carantoñas y coger en brazos a este pequeño [...]"

### *Frases hechas*

El lenguaje de los medios de comunicación en general, y el de televisión en particular, se basa en el lenguaje de la sociedad, aunque, en muchas ocasiones, el medio retorna a ésta un lenguaje supervisado, modificado y reelaborado, con el objetivo de persuadir a todos y cada uno de sus telespectadores. De esta forma, se produce una retroalimentación por ambas partes, aunque siempre es el medio de comunicación que logra determinar, consolidar e inculcar unas maneras de hablar que se reajustan a las necesidades comunicativas de cada medio en un momento determinado.

En el lenguaje periodístico y, por supuesto, en el propio de los informativos de televisión hay muchas expresiones que no se pueden clasificar como metáforas, metonimias o personificaciones, por citar algunas figuras retóricas. Se trata de frases hechas, formas lingüísticas que, por su uso, se convierten en tópicos, y de frases proverbiales y refranes que conforman una nueva realidad comunicativa, ya que son locuciones extremadamente vivas en la mente del usuario que "se convierten en las expresiones más comunicativas del lenguaje periodístico, si aceptamos el principio de que lo más comunicativo es lo que mejor refleja la conexión entre intenciones, supuestos y creencias del emisor y receptor en interacción" (TERUEL PLANAS, 1997, p. 220).

Y si antes se aludía a la importancia que para los empresarios periodísticos tiene aproximar el lenguaje de la calle a sus estructuras de redacción, sólo para conseguir audiencia, el hecho de que empleen las frases hechas de forma frecuente también es primordial. Atraer la atención del telespectador es de vital importancia para todo informativo de TV, y si ésta se consigue con expresiones que el espectador ha aprehendido en su entorno, el efecto se consigue de una manera casi automática, a pesar de provocar un empobrecimiento en el lenguaje evidente.

A3 Noticias

"Comenzamos hoy la información deportiva con una fiesta. La fiesta campera de la Selección Española de Fútbol fue alegre y tranquila pero no lo va a ser desde todos los ángulos. Varios clubes HAN PUESTO EL GRITO EN EL CIELO porque algunos de sus jugadores participaron en una capea con vaquillas de verdad".

A3 Noticias

En la concentración de la Selección española de Fútbol, todos le QUITAN HIERRO AL ASUNTO de la fiesta y el haber participado en la capea [...]".

A3 Noticias

"En libertad vigilada. Así está Fernando Hierro hasta que decida el Comité de competición. Las carencias que atribuyó Iturralde González parecen AJUSTARSE COMO UN GUANTE a lo que el reglamento llama: menosprecio. De uno a tres partidos de sanción".

La 2 Noticias

"Cualquier excusa es buena para montar una exposición y la Formula Uno DA MUCHO JUEGO en el arte contemporáneo. Al volante de un Ferrari, repasamos la historia las grandes carreras de la escudería del Caballo Rampante [...]".

La 2 Noticias

"Los actuales campeones italianos no han podido bajar por la pista de hielo en la cita de Noruega porque el que conduce el trineo está enfermo. Al llegar a la meta, los suizos sabían que habían ganado; por eso la alegría A TODA PASTILLA".

La 2 Noticias

"[...] En la Italia del Renacimiento, casi todas las obras de arte llevaban con ellas avances técnicos y científicos. En Siena, Francesco Di Giorgio se las apañó para limpiar de lodo el fondo del río. No había petróleo, ni electricidad, pero no habría existido el arte del Renacimiento si la ciencia hubiera estado EN PAÑALES".

#### Informativos Telecinco

"[...] En el minuto treinta llegó el mejor gol del encuentro. El eterno Donato sorprendió al visitante con un disparo genial. Tras ese cuatro a uno, el Deportivo LE PERDONÓ LA VIDA al Panathinaikos. Las ocasiones se sucedieron una tras otra, pero el conjunto local ya no consiguió más goles [...]"

#### Telediario

"El tenista estadounidense, André Agassi, parece estar viviendo en un permanente ESTADO DE GRACIA en el Masters de Hannover, en el que ya ha alcanzado las semifinales sin perder un solo set. Agassi, cuya relación con Steffi Graff le ha reportado además las simpatías del público alemán, ha recuperado lo mejor de su juego, e incluso el título de número uno del mundo de 1999".

#### Telediario

"Se metió muy joven en el cine, escribiendo MANO A MANO guiones con Amenábar. A sus veintisiete años, Mateo Gil vuela por su cuenta. En *Nadie conoce a nadie*, utiliza el marco de la Semana Santa sevillana para contar una historia de terror y asesinatos".

#### A3 Noticias

"La sucesión de Julio Anguita ocupa las portadas de todos los diarios españoles. Las elecciones están A LA VUELTA DE LA ESQUINA y los artículos de opinión coinciden en que la candidatura de Francisco Frutos puede provocar un bajón electoral a la coalición [...]"

#### A3 Noticias

"José María Aznar ha asegurado que su gobierno aplicará la ley a todos aquellos que intenten TOMARSE LA JUSTICIA POR SU MANO".

#### Informativos Telecinco

"Una vez más LA SUERTE LE HA SONREÍDO al Real Madrid. Hoy volvió a jugar muy mal ante un equipo de segunda como el Mérida.

La 2 Noticias

"Gran Bretaña PISA EL ACELERADOR en el camino hacia el internet para todos. Lo ha empujado Blair, pero la clave es la competencia. La última oferta es no pagar las llamadas de internet si te gastas tres mil al mes en otras llamadas".

La 2 Noticias

"Hoy, ocho de marzo, es uno de esos días que la ONU marca en rojo PARA REFRESCAR LA MEMORIA.

Telediario

"[...] El que sí es indiscutible para Van Gaal es Luis Figo, que ha recibido UN BAÑO DE MASAS por parte de sus compatriotas, mientras que otro portugués Simao Sabrosa pasaba totalmente desapercibido [...]".

Telediario

"El avión español que hoy sale para Mozambique también lleva materiales para completar el hospital que el ejército español está construyendo para ayudar a los damnificados. Un poco de alivio para una población tan castigada y que de nuevo se encuentra CON EL AGUA AL CUELLO. Sin embargo, la ayuda internacional es cada vez más solidaria. Varias naciones acreedoras han anunciado la cancelación total o parcial de la deuda de Mozambique [...]".

Informativos Telecinco

"Aún resuenan los ecos de la espectacular victoria del Celta de Vigo ante la Juventus por cuatro goles a cero. Con su exhibición goleadora ante uno de los conjuntos más prestigiosos del continente, el Celta ha conseguido asombrar a toda Europa, que SE HA RENDIDO A LOS PIES de un equipo que siempre muestra un exquisito gusto por el buen fútbol".

A3 Noticias

"Colombia vive en un conflicto permanente. Secuestros, matanzas o combates entre el ejército y los guerrilleros son EL PAN NUESTRO DE CADA DÍA. Esta vez ocurre a seiscientos kilómetros de Bogotá, en la región de Santander".

Informativos Telecinco

"[...] Marruecos ha aprendido a nadar y a guardar la ropa. Su estrategia pesquera puede resultar contradictoria, pero no ha violado ninguna ley internacional. En Rabat dicen que están en su derecho de SACAR LA MEJOR TAJADA de su pescado, sobre todo cuando dentro de la misma Unión Europea hay países, en este caso Holanda, dispuestos a hacer lo mismo".

Telediario

"[...] Ahora, EL JARRO DE AGUA FRÍA que ha recibido el presidente de Telefónica, Juan Villalonga, obliga, cuando menos, a la compañía española a replantearse su estrategia de alianzas internacionales".

Telediario

"El Ministerio de Educación HA PUESTO EL DEDO EN LA LLAGA. La mitad de los estudiantes de sexto de primaria, alumnos de doce años, no distingue los puntos cardinales y no tiene ni idea de qué mares bañan España. Pero hay más ejemplos en este informe [...]".

Informativos Telecinco

"[...] Claro que ninguno de ellos ostentaba el poder de Juan Villalonga, y mucho menos ha intentado independizarse. El acuerdo BBVA supuso algo más. El otro accionista, la Caixa, quedaba en FUERA DE JUEGO. Pero lo peor para el presidente de Telefónica estaba por llegar [...]. El último GOLPE DE TIMÓN de Aznar ha truncado la fusión con la empresa holandesa KPN. la Caixa y BBVA se oponen después de que el Gobierno ponga muy claro que está en contra del acuerdo [...]".

Informativos Telecinco

"Y en este amplio reportaje se habla también del sostenido crecimiento de la economía española. Ese crecimiento es bastante más acelerado que el de la media de los países europeos. Es una buenísima noticia para una nación como España, que sólo crea empleo cuando sus niveles de crecimiento son altos. Pero como siempre, no todo es DE COLOR DE ROSA".

## Conclusiones:

Esta comunicación se ha basado en realidades: el consumo masivo de televisión por parte de la sociedad española y el hecho de que más de veinte millones de telespectadores sólo se informan a través de este medio; pero también en otras realidades más subjetivas: la espectacularización de los informativos de televisión, el impacto negativo que esto genera en el espectador, los cambios de formatos televisivos. Subjetivismos aparte, lo que sí es cierto es que los cambios en el fondo y en la forma de los informativos de televisión han propiciado una desestructuración del género de la noticia y del formato tipo de los informativos de televisión. Los textos periodísticos televisivos se ven impregnados de la falta de tiempo de los profesionales y de unas estructuras tópicas y encorsertadas para conseguir la atención del espectador y para ir en consonancia con las imágenes y con una cultura de la imagen picada, basada en el videoclip. Los avances tecnológicos han sido los culpables, y lejos de juzgar si han sido positivos o negativos, lo cierto es que han influido en la sociedad y en la nueva manera de entender y ver la televisión, incluidos sus informativos. Pero además de las nuevas tecnologías, el factor primordial de estos cambios, con sus correspondientes efectos, ha sido la conversión de los noticiarios en espacios más de entretenimiento que estrictamente informativos.

La reflexión que se puede sacar de esta comunicación es que la televisión es mimética, expansiva y ofrece credibilidad al telespectador. Por ello, este medio y sus profesionales no pueden hacer concesiones desde los puntos de vista lingüístico y de contenido. Su misión es informar, pero también formar, de ahí el compromiso que tiene toda televisión por ser una concesión otorgada por el Estado.

Para avanzar hay que crecer y eso significa que si se quiere una televisión mejor, con un cuidado especial del lenguaje, con lo bueno que ofrecen los avances tecnológicos y con una finalidad profesional óptima, se necesitan más medios, más profesionales y mejor cualificados. Pero además se debe hacer un especial hincapié en los formatos televisivos, dejando muy clara la barrera que separa la información del entretenimiento en su sentido más estricto. El periodista de informativos de televisión tiene un compromiso con su trabajo y con la sociedad, puesto que lo que escribe es visto, en la mayoría de ocasiones, por millones de telespectadores. Si lo que ha escrito y

locutado tiene una calidad óptima, seguramente cambiarán a mejor los hábitos lingüísticos y, por consiguiente, los hábitos educativos de los televidentes; si no es así, se producirá el efecto contrario, de ahí la importancia que tiene todo lo señalado a lo largo de estas páginas.

## **BIBLIOGRAFÍA:**

CEBRIÁN HERREROS, M. (1992): Géneros informativos audiovisuales: radio, televisión, periodismo gráfico, cine, vídeo. Madrid. Ciencia.

DIAZ NOSTY, B. (2006): “La huella es el mensaje” en Tendencias 2006: Medios de Comunicación. El año de la televisión. Madrid, Fundación telefónica.

GÓMEZ TORREGO, L. (1995): El léxico en el español actual: uso y norma. Madrid. Arco/Libros.

GRIJELMO, Á. (1997): El estilo del periodista. Madrid, Taurus.

LEÓN GROSS, T. (2006): “La agenda de los noticiarios” en Tendencias 2006: Medios de Comunicación. El año de la televisión. Madrid, Fundación telefónica.

MARÍN LLADÓ, C. (2004). El lenguaje en los informativos de televisión. Palma de Mallorca. Calima ediciones.

MARÍN LLADÓ, C. (2003). La noticia audiovisual a través de la historia de la televisión. Palma de Mallorca. Calima ediciones.

OLIVA, Ll. y SITJÀ, X. (1996) Las noticias en televisión. Madrid. Instituto Oficial de Radio y Televisión (IORTV).

TERUEL PLANAS, M. E. (1997): Retòrica, informació i metàfora. Barcelona, Aldea Global.