



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons
Atribución-NoComercial-SinDerivar 4.0 Internacional

Producción de noticias audiovisuales en la era de la televisión digital
Ileana Alejandra Matiasich
Actas de Periodismo y Comunicación, Vol. 2, N.º 1, diciembre 2016
ISSN 2469-0910 | <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/actas>
FPyCS | Universidad Nacional de La Plata
La Plata | Buenos Aires | Argentina

Producción de noticias audiovisuales en la era de la televisión digital

Ileana Alejandra Matiasich

imatiasich@uvq.edu.ar

Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Universidad Nacional de La Plata
Universidad Nacional de Quilmes
Argentina

Una muerte anunciada que despierta reflexiones

No es idea de esta ponencia debatir con autores de la talla de Mario Carlón o Carlos Scolari¹ sobre si hay un final (por ahora sólo anunciado) para un medio de masas como es la televisión, sobrados argumentos han presentado para disuadirnos o ampliarnos la mirada que justifica esta afirmación. Lo cierto es que estas intervenciones nos permiten recuperar aportes y miradas que se tuvieron de la televisión durante su tumultuosa vida. Eliseo Verón en el 2007 señalaba: "la televisión, ese fenómeno masivo que conocimos, materializado en ese mueble entronizado en el living-room de nuestra casa, que activaba la socialidad familiar, etc., está condenado a desaparecer". No sólo hace referencia al aparato televisor sino que incluye en este enunciado a la televisión como medio de comunicación masivo. Su análisis toma el texto de Umberto Eco "La transparencia perdida", de 1984, con las ampliación teóricas que más adelante le hicieran Casetti y Odin (1990) para hablar de

1 En referencia a los dos libros "El Fin de los medios masivos" de Carlón y Scolari y "Después del Fin" de Mario Carlón.

las etapas que se le reconocen desde los estudios académicos a la televisión y el modo de cómo llegamos a una tercera, de defunción.

A su vez, el texto de Alejandro Piscitelli, de 1995² también toma el texto de Eco como base de su análisis. Señala dos causas del fallecimiento de la televisión: la primera, relacionada a la forma de ver televisión, hoy se elige dónde (en qué dispositivo) y cuándo consumir un producto audiovisual y, la segunda, la muerte del aparato televisivo (televisor), dado que se fusionaría con Internet y se convertiría en uno nuevo. Como señala la descripción a continuación "al tiempo que ofrecen un consumo individualizado y móvil de productos culturales (televisión, cine pero también libros, música o radio), el hecho de que estos dispositivos puedan conectarse a internet vía 3G o WiFi abren un mundo de posibilidades para el usuario final."³

La recuperación del texto de Umberto Eco es la excusa que nos permite retomar categorías o parámetros utilizados para el análisis de la televisión que nos sirven para poder describir su presente. Qué sucede hoy con la televisión digital (donde el apagón analógico aún no llega o se complejiza) como medio, como dispositivo que articula prácticas sociales y sigue interviniendo en la opinión pública.

"La transparencia perdida" da cuenta de dos televisiones (institución emisora de contenidos) diferenciales: la Paleo y la Neo tv, que pueden ser observadas como etapas en la que una sucede a la otra, pero no quita que no persistan rastros de la Paleo tv en la Neo tv. Considerando que estamos asistiendo a una etapa diferente a estas dos y según que autores y corrientes disciplinares trabajemos denominarán de modo diferente: Post-tv, Meta-tv, hiper-tv⁴, estas denominaciones no son creadas para definir una nueva etapa en relación al binomio de Eco, desde estudios de la economía política o del marketing la denominación es televisión conectada o híbrida⁵. A su vez, nos interesa observar cómo funcionan estas categorías focalizando en un género en particular como es el Noticiero. La televisión, a diferencia de otros medios que también usan el lenguaje audiovisual, se distingue por poder transmitir en vivo y en directo, y su particularidad informativa está dada por esta característica. Mario Carlón señala que en lo específico la televisión no ha muerto, sigue siendo el medio por excelencia al cual recurrimos para ver un evento en vivo y en directo. Ya sea un partido de fútbol, una olimpiada, un casamiento real, o un suceso extraordinario. Sigue siendo la televisión el medio elegido mayoritariamente para visualizarlo en vivo y

2 PISCITELLI, Alejandro (1995). "Paleo-, Neo y Post-televisión", en *La metamorfosis de la tv*, Carmen Gómez Mont (ed.). México: Universidad Iberoamericana.

3 VINADER R, ABUIN N., GARCIA A. (2012) "La televisión conectada: nuevas formas de consumo de contenidos digitales en dispositivos portátiles", en *La televisión ante el desafío de Internet de Bienvenido León*.

4 Actualmente algunos autores emplean el término «metatelevisión» (Olson Scott, 1987, 1990; Carlón, 2005), mientras que otros utilizan «post-televisión» para referirse al mismo período (Missika, 2006; Imbert, 2007, 2008) y «hiper-televisión» (Scolari, 2008).

5 Abuin (2011) esta nueva televisión permite a los usuarios conectarse y navegar por internet a través del televisor utilizando únicamente el mando a distancia.

directo, reconociendo el poder de su simultaneidad. Además, es a través del noticiero que la televisión sigue siendo el medio por el cual la gran mayoría de la población se informa y conoce sobre la actualidad de su país. La última encuesta del Sistema Nacional de Consumos Culturales menciona que el 71% de los argentinos mira noticieros, está claro que mirar no significa estar informado⁶.

En este sentido, es el género noticias el emblema de ello. El informativo tiene una función institucional reconocida, de servir e informar, que además el medio afirma explícitamente sobre sí, generando una expectativa acorde. De ese modo, el público espera que el noticiero "cumpla su deber", dice Eco y que lo haga del siguiente modo: "a) diciendo la verdad; b) haciéndolo según criterios de *relevancia* y *proporción* y c) separando la *información* del comentario". Y como menciona Farre (2007) "en el que la representación de la verdad debe seguir un principio de realismo acorde con el género, con su función, con las expectativas que genera en los espectadores y con las reales responsabilidades sociales que emergen de todo lo anterior".

La idea de esta ponencia es retomar aquellas categorías que Eco utilizó para analizar la televisión y poder analizar la televisión actual que, a los efectos de ser prácticos, denominaremos televisión digital. Las categorías que tomaremos son las que podemos usar para describir que sucede con el noticiero⁷ en esta etapa de la televisión digital. A saber, el tipo de relación que el medio establece en su enunciación, el tipo de relación que construye con la audiencia, que a su vez implica un contrato comunicativo que tiene ciertas características según cada etapa, qué lugar ocupa el noticiero en la grilla programática, que sucede con la figura del presentador/conductor y cómo es construida la noticia.

En este cuadro comparativo colocamos estas categorías y sintetizo la propuesta de Eco en las columnas Paleo y Neo, y en la columna TV-digital se desarrolla la mirada sobre la televisión actual, tomando el noticiero como base.

⁶ Encuesta del 2013 <http://www.sinca.gob.ar/sic/encuestas/archivos/audiovisual-01-a4.pdf> pagina 16

⁷ Nos remitimos únicamente a los noticieros argentinos de televisión de aire.

Cuadro comparativo

Categorías	PALEO TV	NEO TV	TV - DIGITAL
TIPO DE RELACIÓN	de CARÁCTER PEDAGÓGICO un saber que se comunica.	De CONTACTO- nos mira e incluye en lo discursivo "Queremos saber...?" " o el "Nosotros..." el televidente está incluido en el enunciado	De Contacto múltiple, incluye otras formas de comunicación que se hacen presente en la pantalla. Mensajes de twitter, mensajes de wasap que se publican. Pero sin interrelación.
RELACION CON LA AUDIENCIA	PASIVA (living de la casa/ espectador)	ACTIVA (toma decisiones- interacción limitada con el espectador/consumidor). Se tiene en cuenta espacios etarios en la programación.	POSIBILIDAD DE INTERACCIÓN (Opciones de definir cursos de acción por parte de los fans y prosumidores) Esto no sucede en el formato noticioso. El intercambio con la audiencia se limita al envío de material, saludos o opiniones en el espacio del blog del noticiero.
PACTO COMUNICATIVO	JERÁRQUICA (uno informa y otro recibe) Discurso institucional/Estado-Nación en las cadenas públicas.	PROXIMIDAD (espacio, temporal y discursivo) Discurso institucional	Propuesta más individualizada en función de gustos/necesidades/experiencias Incorporación de secciones especiales según la emisión en el día del noticiero.
ESTRUCTURA DE PROGRAMACIÓN	RÍGIDA determinada por la vida cotidiana. Franjas de	DE ACUERDO A HABITOS TENDENCIAS - RATING	El canal no pierde su espacio de enunciación, los noticieros suman espacios de salida al aire, en tres

	programas estándar. Noticiero en horario central Acotada temporalmente	Fluida – 24 horas de contenidos. Noticiero en horario central	momentos del día. Se lo puede visualizar fuera del vivo en la página de internet del noticiero.
GÉNEROS - formatos	EDUCACIÓN ENTRETENIMIENTO INFORMACIÓN Bien definidos	MACROGÉNEROS: FICCIÓN Y REALIDAD Hibridación genérica y transgresión	El noticiero no modifica su formato. Multiplica las voces enunciativas, los espacios desde donde emite (piso y exterior). Recicla el contenido en cada nueva emisión cuando el tema lo amerita
PRESENTADO RES - CONDUCTORES	VEROSIMIL. Un conductor SABIO- SERIO. Busto parlante.	CREDIBILIDAD; CREA LAZO DE CONFIANZA (la modalidad de contacto se centra no tanto en el saber sino en el cómo se presenta la noticia.) Presentador de noticias	Presentadores de noticias que pivotan a Especialistas por campos de interés (internet, salud, jubilados, economía, deportes, etc.) La relación sigue siendo de credibilidad y cercanía con el grupo de presentadores. La opinión personal del presentador es parte del lazo o relación.
NOTICIA	REFERENCIAL se cuentan los hechos basado en datos y enfatizando el	EMOTIVA se subraya la enunciación el protagonismo de los narradores ⁸ . RASGOS ESCÉNICOS	La espectacularización, sensacionalismo y dramatización como estrategias de construcción. La noticia basada en el héroe,

⁸ Eco menciona "Nos encaminamos pues hacia una situación televisiva donde la relación entre el enunciado y los hechos tiene cada vez menos importancia, en favor de la relación entre la verdad del acto de enunciación y la experiencia de recepción del mensaje por parte del espectador" a lo que Verón denomina una caracterización caricatural dado que en la tv sigue siendo cualitativamente diferenciable y diferenciado de los programas de juegos, de los talk shows" etc. A lo que podemos sumar en concordancia con Verón que un formato como el de CQC, con presentadores sentados en el piso que presentan enlatados donde el material de trabajo es la realidad, formato propiamente de un noticiero el énfasis estaba puesto en la puesta en escena en la forma de contarlos y los hechos sucedían frente a la cámara sin que generaran confusión en el espectador.

	enunciado. "Espejo de la realidad" "proporciona enunciados respecto de acontecimientos que se producen independientemente de ella"	Y FICCIONALES "productora de la realidad". Cada vez menos mundo exterior	se busca el estereotipo. El montaje sonoro tiene mayor incidencia La opinión o enfatización es parte del enunciado y la forma de enunciación.
--	--	--	---

Elaboración propia en función del texto *La transparencia perdida* de Umberto Eco (1986)

Si analizamos las características de los noticieros podemos observar que su evolución en la forma de presentación en pantalla es dinámica y activa, estéticamente su iluminación y presentación arquitectónica (decorados que amplían los espacios escénicos) le confieren un aire moderno con la incorporación de tecnología de última generación, las pantallas táctiles, el uso del chroma key para los servicios del tránsito y tiempo, las infografías sobreimpresas e interactivas para la explicación de temas más complejos, o el uso de la animación o ficción para la reconstrucción de hechos o simulación de escenarios posibles, como señala Marcela Farre "los rasgos ficcionales con los que se representan las noticias son, en algunos casos, los que ayudan a interpretarla mejor. Reconstrucciones, animaciones, narraciones, etc. pueden ser capaces de explicar con mayor aptitud un conflicto u otro tipo de información."⁹ Recurso válido para poder comunicar la noticia, pero de una frontera difusa con el sensacionalismo donde algunos recursos formales intervienen para calificar de sensacionalista una pieza noticiosa de calidad informativa, entre ellos se menciona la edición a ritmo rápido, la persecución de protagonistas mediante cámara subjetiva, los movimientos de «zoom-in» para generar identificación visual, las reconstrucciones de acontecimientos noticiosos, el uso de música como herramienta de continuidad, el sonido ambiente; y el ritmo, tono y flujo del reportero en la narración (Knight, 1989).

9 Cuando el noticiero apela a recursos estilísticos con la intención de significar, por medio de ellos, una verdad, estamos ante un tipo de ficcionalización que puede asumirse como adecuada al género, dentro de lo específico de la neotelevisión. En estos casos, el texto no se propone llevar a cabo una creación metafísica de entes de ficción sino un intento explicativo por la vía discursiva. Es lo que Bettetini (1989) denomina "simulación signifiante" Marcela Farre (2007) página 10.

La espectacularización de la noticia es propia de la etapa de la neotelevisión, y se ha ido transformando en la actualidad pero sin dejar de tener la misma caracterización, de tal manera que podemos decir que hoy día no se construye la información si no existe algún personaje a modo de prototipo o estereotipo desempeñando ciertos roles¹⁰, la realidad está construida por medio de la identificación dramática.

Estas transformaciones intentan ser imperceptibles en una visualización diaria, dado que el noticiero pareciera ser un género que está estanco no solo en la grilla sino en su formato, sin embargo son permanentes, buscan narrar las noticias de forma dinámica y adornada.

Estos cambios no nos dan cuenta de estar en una etapa muy diferente a la de la neotelevisión, la concepción del noticiero como formato es la misma, y en relación al contenido se ha profundizado en el uso de recursos informativos, la espectacularización el sensacionalismo y la dramatización siguen siendo la base de la construcción.

Contenidos en la era de la transformación de la tv

Podríamos decir que el mundo de la ficción y, en particular, el mundo de las series televisivas ha sido el gran impulsor de lo que conocemos como la tercera edad de oro de la televisión. La primera edad de oro va de la mano del surgimiento de la televisión, donde la ficción serial se caracteriza por lo fantástico, el terror y la ciencia ficción, mientras que la segunda edad fue identificada por Robert Thompson¹¹ (1996), cuando señalaba: "el drama televisivo de los años ochenta y principio de los noventa, a través de series como *Canción triste de Hill Street*, *Luz de luna*, *Hospital* y *Twin Peaks*, vuelve a vivir, gracias a una combinación entre calidad formal y temática". Esta edad se caracteriza por multiplicar la complejidad de las tramas, mayor autoconciencia de los personajes sobre su mundo laboral profesional y vida personal, ya que aumenta el grado de psicología en la trama, además de usar un lenguaje con matices propio de la vida diaria. *Twin Peaks* rompe con todos los cánones, ya que se mezclan las fronteras del género, lo bueno y lo malo y el inconsciente pasan a ocupar un lugar significativo. Se podría decir que da inicio a la tercera edad de oro, donde Internet a través de las comunidades de fans, son un elemento a considerar que se inicia con la serie *X-Files*.

10 Gutierrez San Miguel, Begoña et al (2010) en http://www.revistalatinacs.org/10/art/888_Salamanca/RLCS_art888.pdf

11 Thompson, Robert (1996). *Television's second golden age*. Syracuse University Press.

Una primera aproximación al planteo de que la televisión está por morir, se basa en una modificación que sucede en el mundo de la ficción con mayor precisión en el mundo de las series de televisión, que son la gran insigne en cuanto a cambios, no solo por la renovación de contenido, ampliando temáticas y formas de abordaje y planteos donde las referencias a otros universos son parte de una estrategia que densifica el mundo referencial. Sino también en cuanto a renovación del lenguaje desde el momento de la concepción del material, tanto en el armado del guión como en el registro y posterior montaje. Los contenidos se piensan transmediales desde su concepción, en el armado del guión y su arquitectura de desarrollo¹². Ante un universo tan cercano que se desarrolla con tanta transformación y atento a la audiencia que sucederá con el espacio informativo noticioso en poco tiempo, que estrategias propias de esta etapa desarrollará para mantener una audiencia que conoce sobre las posibilidades de participación.

Scolari habla de un consumo televisivo caracterizado por una recepción fragmentada, ubicua y asincrónica, y si bien es válida esta descripción la mirada en particular sobre el noticiero televisivo no esta contemplada, la práctica de visualización del noticiero no es fragmentada sino que tiene las características del consumo radial, el noticiero a ver se elige y se tiene la rutina del encuentro diario. El noticiero estará de fondo en la pantalla del hogar, pero por ahora es siempre el mismo noticiero, con los conductores que elegimos y el formato que reconocemos. No es común que exista la práctica de cambiar de canal para ver qué sucede en el otro noticiero, el zapping del momento, ni la visualización de otro noticiero si no es en un espacio en el que no podemos elegir el programa a ver.

No podemos dejar de mencionar que los canales de televisión siguen, como en los inicios de la televisión, definiendo al noticiero como el espacio editorial institucional, ya que ningún canal deriva o deja en manos de productoras independientes ese contenido. El segmento informativo mantiene su lugar preponderante en la franja horaria y es uno de los géneros que no ha dejado de estar en la grilla programática en la televisión abierta generalista.

Qué transformación sufrirá el noticiero en este contexto, en el que el mundo de la web a través de facebook logra hacer circular productos de contenido informativo audiovisual de actualidad que se viralizan y llegan a miles de ciudadanos.

12 "Profesionales audiovisuales ante el nuevo escenario transmedia" en http://www.fundacionava.org/files/DVpublicaciones/Documento/libro_xi_jornadas.pdf

Bibliografía

- ABUIN, N, VINADER R, GARCÍA A. (2011) "La Televisión híbrida; la convergencia entre la radiodifusión y las telecomunicaciones en el consumo de contenidos y en los ratios de audiencia" en León (coord.) *La televisión pública a examen*. Sevilla: Comunicación social, pp365-367.
- CARLÓN, Mario y SCOLARI Carlos (eds.) (2014) *El fin de los medios masivos. El debate continúa*. La Crujía Ediciones. Buenos Aires.
- CASETTI, Francesco y ODIN, Roger (1990). "De la paléo- a la néotélévision", en *Communications* 51, páginas 9-26, París.
- ECO, Umberto (1986). "TV: la transparencia perdida" en *La estrategia de la ilusión*, Lumen, Barcelona.
- FARRÉ, Marcela (2007). "Desafíos de los programas informativos en la neotelevisión". Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, Brasil.
- KNIGHT, G. (1989). «Efectos de realidad: Noticias de televisión tabloide», en *Queen's Quarterly*, vol. 96, n.1, pp. 94-108.
- PISCITELLI, Alejandro (1995). "Paleo-, Neo y Post- televisión", en *La metamorfosis de la tv*, Carmen Gómez Mont (ed.). México: Universidad Iberoamericana.
- RINCÓN, Omar (2006). "Narrativas televisivas", en *Narrativas mediáticas. O como se cuenta la sociedad del entretenimiento*, Gedisa, Barcelona.
- RINCÓN, Omar (2010). "Las revueltas de las pantallas/formatos/ estéticas" en *TRAMPAS Nº 69*, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, UNLP, páginas 49-56.
- SCOLARI, Carlos (2008) "Hacia la hipertelevisión. Los primeros síntomas de una nueva configuración del dispositivo televisivo". Revista *Diálogos de la comunicación* Nº 77, julio- diciembre de 2008.
- TOUS Rovirosa, Ana (2009). "Paleo, Neo y Meta TV en las series dramáticas estadounidenses" en *Comunicar*, nº 33, v. XVII, Revista Científica de Educomunicación, páginas 175-183.