

Discursos satíricos políticos en televisión durante la campaña electoral 2004

José Luis Valhondo Crego (UEX).

Resumen: Esta ponencia se centra en la comparación entre los discursos vehiculados por los géneros de la información y los géneros satíricos en la televisión generalista española. Para llevar adelante esta comparación se analiza discursivamente un día de la campaña electoral de 2004, a partir de la metodología descrita por Fairclough. El texto se introduce con una explicación del método, tras la cual se analizan los discursos informativos y satíricos.

Palabras clave: Sátira política, análisis del discurso, infoentretenimiento, prácticas discursivas.

1. Teoría del análisis del discurso

Simplificando, los discursos son formas de representar la realidad desde puntos de vista interesados (ya sean intencionados o no). “Un discurso consiste en el uso del lenguaje para representar una práctica social determinada desde un punto de vista subjetivo¹⁸⁹. Los discursos se relacionan con el conocimiento y la construcción del mismo. Por ejemplo, la práctica social de la política se refleja de forma muy diferente en los discursos liberales, socialistas o marxistas; la enfermedad y la salud son representadas de forma muy diferente en los discursos convencional y homeopático” (Fairclough, 1995:56).

He elegido la propuesta de análisis de los discursos de Fairclough por dos razones principales: por una parte, este autor relaciona las *prácticas sociales* y los *textos* en los que se plasman los discursos a través del concepto de *prácticas discursivas*. Por la otra, Fairclough señala que cualquier discurso consiste en una red intertextual. Me detendré en estos dos aspectos.

La postura adoptada por Fairclough al relacionar prácticas y representaciones está relacionada con la idea de Laclau y Mouffe de rechazar la concepción “regional” de ideología. Para estos autores, no existe la distinción marxista entre ideología y producción material, todo forma parte de un discurso en el las prácticas y las ideas toman sentido. Laclau y Mouffe “disipan la distinción entre la esfera de las ideas y el mundo de los objetos reales, así como la división ente representaciones mentales y actividades prácticas, ambas utilizadas por las caracterizaciones de ideología marxista. En lugar de admitir estas separaciones, señalan que todos los objetos y prácticas son discursivos” (Howarth en Marsh y Stoker, 1995). Los textos no surgen del vacío sino que están influidos e influyen en las prácticas de una sociedad. Por ejemplo, las prácticas sociales de de la televisión comercial tienen una vinculación directa con los textos audiovisuales que forman parte de las parrillas del medio. Esa vinculación está mediada por lo que Fairclough denomina prácticas discursivas. “Por prácticas discursivas entiendo, por ejemplo, los modos en que los textos son producidos por los trabajadores de los medios, y los modos en que los textos son recepcionados por las audiencias” (Fairclough, 1995: 16). Es decir, lo que nosotros hemos plasmado en este texto como rutinas profesionales que tienen los periodistas a la hora de producir sus textos para la televisión. Una práctica discursiva extendida entre los periodistas es la dramatización de la información. La dramatización pone en relación las prácticas sociales de la comercialización con la presentación de las informaciones como relatos con protagonistas claros. La comercialización busca incrementar las cuotas de pantalla para vender esos índices de audiencia a los anunciantes. Las dramatizaciones de las noticias favorecen el incremento de las audiencias. En realidad, el ablandamiento hace referencia a todas las prácticas discursivas que la neoregulación de la televisión ha estimulado.

Como señala Fairclough, una de las características del análisis es que debe ser sensible a las ausencias en los textos. Es decir, a la apreciación de alternativas a las expresadas en él. Por ejemplo, se puede elegir centrar una información política en las fuentes oficiales como hace la práctica de la personalización pero también se puede escoger otro tipo de fuentes.

Con formato: Normal, Justificado

Con formato: Fuente: 10 pt, Sin Cursiva

Con formato: Fuente: 10 pt, Sin Cursiva

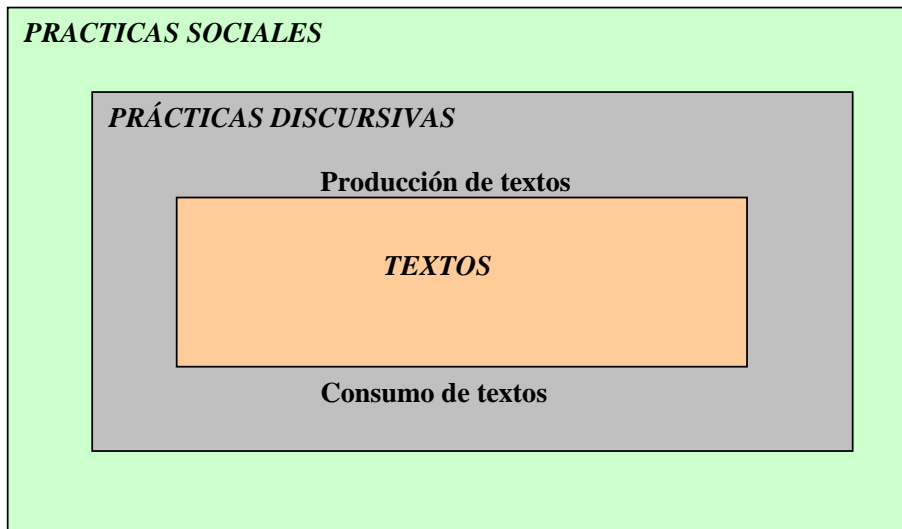
Con formato: Fuente: 10 pt, Cursiva

¹⁸⁹ Autores como Laclau y Mouffe consideran que el concepto de discurso incluye tanto las prácticas sociales como los textos (orales, escritos, audiovisuales...). Es decir, que las prácticas sociales son también parte del discurso. Son parte de una red de significados que se expresa de múltiples formas, ya sea través de prácticas o de textos. Aunque la perspectiva de Fairclough distinga entre prácticas y textos, y reserve “discurso” para éstos últimos, considero que su enfoque es coherente con el de Laclau y Mouffe, puesto que señala que prácticas sociales y textos forman parte de una misma red de significados sociales que interaccionan.

Un esquema nos ayudará a entender mejor estas relaciones entre prácticas sociales, discursivas y textos.

Con formato: Normal, Justificado

Esquema 1: Textos, prácticas discursivas y sociales



Fuente: Fairclough, 1995

Las **prácticas sociales** incluyen desde las **prácticas** relacionadas directamente con el evento mediático que es **objeto de análisis**, hasta las prácticas o rutinas **de contextos sociales** más amplios. Pueden ser económicas, culturales o políticas. Económicas como la *racionalización* social de las empresas de producción de información. Políticas como la tendencia de los políticos a monopolizar la esfera pública.

Las **prácticas discursivas** se entienden como la relación entre la producción de significados por parte de la industria y el consumo de los mismos por parte de la audiencia. Las prácticas discursivas son los hábitos adquiridos por los profesionales de la información para construir sus definiciones sobre la realidad dirigidas a una audiencia que consume esos discursos. Esas prácticas reflejan y modelan las **prácticas sociales**. La colonización del espacio público por parte de los poderes económicos y políticos se refleja en prácticas discursivas. **Por ejemplo**, la dependencia de las fuentes oficiales, la *personalización*, la *fragmentación* y *falta de contextualización* (que convierte lo temático en episódico y tiende a ablandar la información), la *dramatización* o la *espectacularización* del discurso. A esto debemos añadir el fenómeno de la práctica discursiva del *distanciamiento* que se fomenta en los programas de infósátira.

Finalmente, los **textos** reflejan los efectos de las prácticas discursivas. Con el análisis del discurso pretendo revelar las huellas que las prácticas sociales dejan en los textos de la televisión, y en concreto, en **los géneros** de la **información y de la** infósátira. El análisis del discurso se centra en los textos pero puede inferir los efectos de las prácticas sociales en ellos. De esta manera indirecta podemos estudiar el potencial democratizador del género, comprobando las **trazas** del acceso de los públicos a la televisión y el cuestionamiento de los encuadres oficiales.

Un estudio de recepción mediría el impacto directo (aprendizaje o cambio de actitudes) de la infósátira en una muestra representativa de espectadores. Pero no teniendo los recursos suficientes, me decanto por la solución del análisis de los textos.

Como vemos en el esquema, las prácticas sociales engloban a las discursivas y éstas a los textos. Esto implica que los textos también son una forma de práctica social¹⁹⁰. Al mismo tiempo, las prácticas sociales también pueden ser vistas como textos¹⁹¹. La conclusión es que prácticas y textos interactúan

Con formato: Normal, Justificado

¹⁹⁰ En este sentido podemos entender el concepto de “actos de habla” (Austin, 1982). *Lo que decimos* también es conducta, acción.

¹⁹¹ Este es el punto de vista de Laclau y Mouffe según el cual los discursos incluyen tanto a las representaciones como a las acciones materiales. En comparación con Fairclough, éste tiene un punto de

mutuamente, (en realidad, pueden ser considerados formas distintas de un mismo discurso) aunque las prácticas sociales parecen tener, para Fairclough, mayor peso que los textos. El cambio social termina reflejándose en las prácticas discursivas y en los textos. Al mismo tiempo, las prácticas discursivas pueden influir en las instituciones consolidadas de la sociedad con lo que se producen interacciones entre prácticas sociales y discursivas. Por ejemplo, las formas de *ablandamiento* de las noticias tienen que ver con el retroceso del Estado y la preeminencia del mercado (la importancia de la televisión comercial frente al declive de la televisión como servicio público). Las instituciones también van cambiando progresivamente sus formas de comunicación con la sociedad, sofisticando sus gabinetes y adaptando sus discursos a las prácticas habituales de los medios.

Las formas en que se produce y consume la información están en el esquema fuera de los textos, es decir, la producción y el consumo están reflejados en los textos pero son prácticas fuera de ellos.

En resumen, existen unas prácticas sociales vinculadas con unos textos. Ese vínculo se establece a través de las prácticas de discurso, es decir, formas más o menos estereotipadas de intentar fijar significados sociales. Estas prácticas pueden ser más o menos estables dependiendo de la forma en que se permite la ósmosis con prácticas de otros dominios sociales. Y aquí radica la segunda característica esencial del análisis de Fairclough: cualquier discurso es el resultado de un entramado otros discursos. Por ello, el *análisis intertextual* es la otra piedra angular del entramado teórico. Este análisis se ocupa de indagar la red de conexiones que existen entre diferentes dominios sociales y dentro de un mismo dominio social. Las prácticas discursivas, como otras realidades sociales, están sometidas a las leyes de la inercia. Conservan sus límites, su identidad, en ausencia de fuerzas o prácticas sociales que influyan sobre ellos. Las influencias quedan plasmadas en hibridaciones¹⁹² de los discursos y los géneros que reformulan los límites de *éstos últimos*, pero también los límites de los dominios sociales (*por ejemplo, los dominios privado y público no dejan de fluctuar*). Así comprobamos como el maltrato doméstico pasa a ser un asunto público gracias al esfuerzo de grupos sociales que perseguían cuestionar los límites sociales habituales. Sin embargo, este cambio se produce también gracias al influjo de un nuevo tipo de prácticas de discurso mediática que puso *dio visibilidad* de forma dramática un caso de una mujer asesinada (de las decenas que se producían en la sociedad española). Esas prácticas discursivas incluían la tendencia al sensacionalismo y la aparición de géneros como el talk-show, que permitía grados *parciales* de expresión popular, dentro de un paradigma de comercialización de los discursos y los géneros televisivos. El caso de esta mujer combinó su aparición en un talk-show denunciando el maltrato al que la sometía su marido con la trágica noticia días después de su homicidio a manos de éste. Fairclough denomina tipo discursivo a la combinación estable de un(os) género(s) con un(os) o discurso(s). En la televisión española, la combinación de talk-show con el discurso sensacionalista de los medios se ha convertido en una configuración estable, con límites precisos. Los grupos sociales llevaban denunciando esto durante años pero su acceso a la esfera pública fue minúsculo comparado con la fuerza desarrollada por unos minutos de aparición de un caso real filtrado de forma sensacional por la televisión. Por tanto, la renegociación constante de los límites entre lo privado y lo público¹⁹³ constituye el *foco* principal de atención de un análisis discursivo como *éste*, que *pretende* comprobar, *en un género como la infosátira*, el cuestionamiento de los discursos oficiales y el acceso de *diversos* actores de la sociedad civil a *las esferas centrales*. Se trata de una renegociación *perpetua* sobre quién puede hablar en público y quién no, y sobre los temas (*y sus enfoques*) que pueden ser tratados en la *arena* pública. Asociado con esta negociación de los ámbitos privado y público está la *participación del Estado y el mercado*, como instituciones predominantes en la sociedad. Todo ese conflicto queda reflejado en los textos que analizamos. La labor del analista consiste en rastrear las huellas de esa *redefinición* de los límites a través de análisis formales de los textos que revelen discursos, identidades y relaciones entre éstas. Los discursos son formas de representar la realidad desde puntos de vista interesados, desde posiciones subjetivas. Otros autores los llaman encuadres, o también esquemas, desde un paradigma cognitivo. Las formas en que se representan

vista marxista en cuanto que no pone al mismo nivel las prácticas y los textos. Para él, las prácticas tienen mayor peso.

¹⁹² La hibridación de discursos y géneros no tiene por que ser sinónimo de democratización de la esfera pública. La hibridación de géneros de la televisión ha tenido como motivación principal la rentabilidad. Las parrillas de las nuevas televisiones comerciales que *aparecieron* con la regulación eran demasiado amplias y se necesitaban productos baratos, *para rellenarlas*. La macdonalización de la televisión apuntada por Sampedro proporcionó a los espectadores espacios de expresión parcial como medio de *completar* horas de parrilla. Esto no implica que no tuvieran también consecuencias positivas para la sociedad civil.

¹⁹³ La obra de Habermas “Historia y crítica de la opinión pública” explora las modulaciones históricas y culturales de esos límites.

las diferentes identidades del público en general también resultan claves, puesto que nos dan indicios sobre el grado de participación de los colectivos en la esfera pública. Sampedro ha elaborado una categorización de las vías de participación. De esa forma podemos comprobar qué tipo de roles le asignan los productores de televisión a los espectadores. Éstos pueden participar como:

Protagonistas del programa. Los consumidores aparecen como productores de contenidos políticos. En muchos casos, aunque este acceso no está mediado, los protagonistas no tienen control sobre su propia imagen, con lo que se trata de una simulación de acceso: Rol de profesionales (por ejemplo, los presentadores de Pecado Original). Rol de opinión (editorial). Cuando los participantes vierten opiniones en los textos. Rol de protagonistas de los hechos. Desde participar como tertulianos a ser testigos de los acontecimientos.

Proveedores de ingresos (en este caso el acceso es mediado). Dentro de este rol podemos incluir a los concursantes telefónicos (productores económicos).

Proveedores de contenidos. Por ejemplo, enviando videos a los programas. En este caso los participantes pueden ser productores económicos y políticos. Sus contenidos pueden implicar aspectos editoriales o ser simplemente relleno para la parrilla.

Como he señalado, el análisis intertextual también tiene su peso en el análisis del discurso. El análisis intertextual se centra en los *tipos discursivos*. Fairclough utiliza este término “para referirse a las configuraciones relativamente estables de géneros y discursos dentro de un orden de discurso”. Es interesante “distinguir dos categorías principales de *tipo discursivo*: géneros y discursos. Un discurso consiste en el uso del lenguaje para representar una práctica social determinada desde un punto de vista subjetivo. Los discursos se relacionan con el conocimiento y la construcción del mismo... Un género, por contraste, es un uso determinado del lenguaje asociado con, y parte de, alguna práctica social, tal como la práctica social de entrevistar gente (género de la entrevista) o la práctica social de promocionar mercancías (género de la publicidad comercial)” (Fairclough, 1995:56). El género, como estructura discursiva, representa el esqueleto que regula la pragmática de la comunicación, el marco de participación que genera unas expectativas en los interlocutores. Por ejemplo, el género del talk-show es un código pragmático que permite a los participantes actuar según unas reglas determinadas.

Estos *tipos discursivos* se producen dentro de cada dominio social. El conjunto de los tipos discursivos de un dominio social constituyen el *orden del discurso*. “El orden del discurso de una institución o dominio social está constituido por todos los tipos de discurso que son usados ahí. Lo importante del concepto de *orden del discurso* es resaltar las relaciones entre los diferentes tipos en esa institución o dominio (por ejemplo, en el caso de una institución de enseñanza, los tipos de discurso de una clase y los del patio de recreo): sí, por ejemplo, hay límites rígidos que los mantienen separados o pueden ser fácilmente mezclados en textos específicos. La misma cuestión se aplica a las relaciones entre diferentes órdenes de discurso (por ejemplo, los del hogar y el colegio)” (Fairclough, 1995: 55).

Para desentrañar la red intertextual, Fairclough recomienda revelar las relaciones de elección y de cadena que existen en el texto. Las relaciones de cadena corresponden a lo que Jakobson denomina eje sintagmático¹⁹⁴. Pero, además, el análisis intertextual debe distinguir entre las relaciones sintagmáticas internas y externas. Las internas se refieren a cómo los elementos están dispuestos sintácticamente dentro del dominio social estudiado. Las externas esos elementos se relacionan con otros pertenecientes a dominios sociales diferentes. Por ejemplo, una noticia cualquiera contiene una sintaxis que relaciona elementos de género y discursos propios del dominio social de la televisión. Pero además, esos mismos géneros y discursos están relacionados con otros de diferentes dominios sociales. Las elecciones de unos sobre otros están dentro de las relaciones de elección o, en términos de Jakobson, del eje paradigmático. En resumen, el procedimiento del análisis del discurso consiste en secuenciar los textos para ir estudiando la red intertextual de cada secuencia encontrada, relacionando así las prácticas discursivas de diferentes dominios sociales y sopesando el influjo de prácticas sociales que forman parte de instituciones como el mercado y el Estado. Para poder operativizar este procedimiento he definido una serie de niveles que describo a continuación.

¹⁹⁴ Para entender el concepto de eje sintagmático resulta útil visualizar una simple oración lingüística. El eje horizontal, la secuencia de palabras, es el eje sintagmático. Mientras que el paradigmático es el vertical que está constituido por todas las opciones posibles para cada elemento de la secuencia horizontal.

Comentario: Existe otra clasificación en de Rose en Livingstone y Lunt.

Con formato: Justificado, Interlineado: sencillo, Sin viñetas ni numeración

Con formato: Justificado, Interlineado: sencillo, Sin viñetas ni numeración

Con formato: Justificado, Interlineado: sencillo, Sin viñetas ni numeración

Con formato: Normal, Justificado

Comentario: Es interesante las tres formas que Fairclough tiene de considerar el concepto de género: esquemático, embebido y polifónico.

Esquema general de análisis del discurso

Escogiendo como unidad de análisis la noticia o pieza informativa, el primer aspecto a tener en cuenta es mencionar qué cadenas y géneros (si aparece en informativos e infosátira) tratan el episodio a analizar y cuáles no, además de hacer figurar junto al título de la noticia, los minutos. A continuación se explica brevemente el contenido de la misma que puede consultarse en las transcripciones de todas ellas.

El esquema general para el análisis del discurso se operativiza en cuatro niveles de análisis: el nivel 1 de análisis textual descriptivo, el nivel 2 de análisis de las prácticas sociales y discursivas de producción y consumo, el nivel 3 de análisis intertextual y el nivel 4 de análisis de las vías de participación y el cuestionamiento de los discursos oficiales. Los niveles de análisis no son categorías excluyentes sino más bien vectores para fijar la atención del análisis. Por ello, es normal que entre los niveles 2 y 3 haya solapamientos, ya que las prácticas discursivas y sociales tienen relación estrecha con el análisis intertextual. Se ha usado la prensa como apoyo para el contraste de las informaciones, así como material videográfico y bibliográfico.

Comentario: Meter lo de los periódicos, que se consultan periódicos.

Nivel 1. Análisis textual

En este nivel, se examina la coherencia sintagmática y paradigmática de cara a la comprensión del texto, así como los rasgos descriptivos que expresan intenciones por parte del emisor. Se trata de detectar las presencias y ausencias en la estructura y los significados para valorar la comprensión y la intención del texto.

Examinar la coherencia sintagmática implica detallar si la estructura narratológica de la noticia es clara y comprensible, las identidades de los actores, los escenarios y la causalidad (los rastros en el texto de las relaciones causales entre hechos e identidades), tanto a escala lingüística como visual son evidentes. La coherencia paradigmática se centra en la semántica de los términos utilizados. Si se entienden los significados asociados a los actores y escenarios.

Es importante explorar las cuestiones formales del lenguaje (sustantivación, adjetivación, agencia o pasividad de los verbos...) y la imagen para señalar las connotaciones asociadas al emisor del mensaje. Esas connotaciones tienen que ver con la intención del comunicador que también se puede expresar a través de las interacciones entre lo dicho y lo mostrado (lo lingüístico y lo visual, el audio y el video. En la parte de la infosátira tienen mucha importancia y las denominamos *rupturas*. Por ejemplo, ocurre en el visual cuando las imágenes van a más velocidad o menos, se repiten o no siguen el curso normal esperado. En el lingüístico, cuando la lógica de las oraciones se rompe buscando juegos de palabras). Además, otras cuestiones asociadas a la pragmática de la comunicación, como son la forma en que presentador, corresponsal, reportero, se dirige al público. En este nivel sólo se indican formalmente esos usos de la pragmática. También se localizan las **fuentes** de las que parte el texto.

Nivel 2. Prácticas sociales y discursivas

Un segundo nivel de análisis relaciona la descripción del texto con las prácticas discursivas y sociales que funcionan en su producción. Se trata de centrarse en la forma en que se produce la noticia de cara a ser consumida. Por tanto, debemos *salir* fuera del texto y adoptar la posición del productor y del consumidor de la noticia, y ver como las prácticas del periodista, que piensa en el espectador, quedan reflejadas en el texto. Cómo se relacionan los datos descriptivos encontrados con la fragmentación, la dramatización, la "objetividad", la personalización, el distanciamiento y las rutinas periodísticas.

Nivel 3. Análisis intertextual

En un tercer nivel aborda el análisis intertextual de géneros, voces y discursos. Qué discursos circulan de fondo por la noticia, qué voces se intertextualizan y qué géneros forman parte de él. Incluso si existen tipos discursivos asociados, es decir, configuraciones estables de géneros y discursos. Para explorar esto es necesario hacerlo en relación a los ejes sintagmático y paradigmático. En la infosátira es común que se produzcan rupturas con los géneros conocidos. Estas rupturas pueden ser a nivel sintagmático, en la secuencia, o a nivel paradigmático, en el eje vertical, mezclando lo visual con lo lingüístico, el video con el audio. Por ejemplo, un género determinado, como el bélico, suele mezclar en el eje paradigmático música de acción con imágenes impactantes. La ruptura se produce cambiando una de estas pistas.

También se puede considerar al personaje de la narración como un relato identitario que tiene unas características estables. Se produce distanciamiento de ese relato cuando se rompe con esas características y se mezclan rasgos que habitualmente no están unidos. También se estudian las relaciones del *mundo de la vida* y el *sistema*, de lo público y lo privado, porque esto también puede suponer rupturas con las

expectativas de los límites entre esferas. Por ejemplo, el habla popular en un programa de debate serio es una trasgresión de los límites.

Nivel 4. Vías de participación y cuestionamiento de los discursos hegemónicos

Un cuarto nivel plantea las vías de participación de los públicos y compara las que se dan en la infosátira con las de los informativos. Se examinan los roles que los espacios otorgan a sus audiencias: protagonistas del programa, proveedores de ingresos o proveedores de contenidos. Además, explora el cuestionamiento de los discursos oficiales en la información y en la infosátira.

Muestra escogida para el análisis del discurso

Dentro de la muestra general escogida para el análisis de contenido y discurso, para éste último se han escogido las piezas de los días 18/11/03 y 21/11/03 que tienen que ver con la guerra de Irak y el aniversario del 'Prestige'. De los días de elecciones, 10/03/04 y 04/06/04, se han escogido las noticias directamente relacionadas con el proceso electoral. Por último de los días 22/05/03 y 24/05/03 se analizan las que informan de la boda real. Las noticias en celdas de color son las que se analizan discursivamente. En total, noticias de 6 días en dos años seguidos (2003 y 2004). También se han contrastado las noticias televisivas con las de la prensa de los 6 días citados.

Comentario: Especificar el número de noticias en un cuadro y los días a los que pertenecen.

Agenda mediática DÍA ELECCIONES GENERALES 10_03_04

Tve 1	La 2	A3	C+	Tele5	Pecado Original	El Guñol
real madrid-bayern	la imagen: el hubble	Elecciones 04	rajoy	elecciones	el personaje:sara montiel	Coruña gana Juventus
explosión de camión con mercancía	la polemica: spam	La anécdota: cumpleaños labordeta	zapatero	la imagen: aznar y computador	ana obregón	CIU no pacta con PSOE
incendio con muerte de niños	la cifra: supercomputador	la imagen:estampida	palestinos asesinados	la promesa:zapatero	crónicas marcianas	Inauguraciones cascos
Elecciones 04	aula 2004	la frase:mayor oreja	se archiva prestige	la crónica: rajoy y zapatero	ratones coloraos	IU contrato social
Rajoy en Huesca plan hidrológico	robot batuta	rajoy en huesca	golpe frustrado	el reportaje: guerra y sebastián	aramis fuster	Rajoy y armas químicas
zapatero madrid discapacitados	sala rekalde bilbao	zapatero en toledo	guinea	concurso iu	pe a la italiana	
Durán y Lleida en Girona	obesidad	llamazares en córdoba	obesidad	primer ministro haití	pecado confidencial	
Llamazares	argentina y la deuda	los que se van y vienen		atacado estambul	enrique iglesias	
Azpiazu PNV	nuevo primer ministro haití	el supercomputador y aznar		muere lider lfp	boqueroni	
Coalición Canaria	golpe de estado en guinea frustrado	primer ministro haití		preso guantanamo repatriado	la gente opina	
ERC y EA	madagascar naufragio	ataque de israelíes		ataque con ácido	zapping:una altra cosa	
Campaña Andalucía 04	UE archiva queja prestige	ataque a un centro de prensa		anciano muere en soledad	cerdo, tigre,perro	
Manuel Chaves	vuelve ramses a luxor	ácido a su expareja		asesinato colombia	zapping:etb	
Teofila PP	el cierre: otra forma de construir	se quema a lo bonzo		lucha contra el narcotráfico	lo mas plus	
IU	parapente	incendio de vivienda en balaguer		coches híbridos	días de alucine	
Partido Andalucista		explosión de camión		atraco banco	boqueroni	
supercomputador		empleados de		incendio vivienda	dónde está chencho	
textos País Vasco				desalojada de su casa	pecado confidencial	
Basta Ya en Ginebra				camión se despeña	sabías qué?	
Prestige archivado por UE				explosión de camión	con faldas y a lo loco	
					zapping:galavisión	
					zapping: canal sur	
					boqueroni	
					españolator	
					zapping: guñol	

líder de FLP muere en cárcel		banco reducen atracador		catequistas informan pederastia	zapping: tele5	
Obiang denuncia golpe de estado		tonos de movil		obesidad en EEUU	científicos franceses huelga	
Aristide denuncia a Francia		alimentaria. Feria		pescado fresco italia	Bush-Kerry hermandades	
rociada con ácido		pase de cine almodovar		huelgas basura girona	pecado confidencial	
Microsoft quiere cobrar por correos				superproducción cine	blix, armas y orejas	
aula para encauzar su futuro				londres	buscando piso desesperadamente	
comidas alternativas					ana y los mil	
					zapping:tele5	
					zapping:canal+	
					bin laden busca casa	
					pecado confidencial	
					la marcianada	

Fuente: Elaboración propia

2. La campaña electoral 2004 en los informativos

Seguiré el orden establecido en el esquema general, agrupando las noticias de diferentes informativos televisivos que cubran los mismos episodios. Por ejemplo, analizo la campaña del PP, del PSOE e IU (los tres grandes partidos con implantación nacional) en todas las cadenas. También dedicaré un apartado a una noticia de la agenda política (la instalación de un superordenador en la Politécnica de Barcelona) que está a medio camino entre la propaganda electoral y la información. Finalmente, se tratará el infoentretenimiento político en los informativos serios de todas las cadenas.

Campaña del PP (10/03/04) Elecciones Generales

Nivel 1. Análisis textual

En Tve 1, A3 y Tele 5, la estructura de esta información es la de una clásica *noticia dura* de un evento cualquiera que contiene por un lado elementos de narración (diegéticos) realizada por la periodista y elementos de representación (miméticos) que constituyen los *totales* o *soundbites*. Los elementos narrativos nos ilustran sobre el lugar que ha visitado Rajoy (Huesca por la mañana, Barcelona por la tarde) con quién se ha reunido (Federación de regantes de Aragón) y qué ha dicho: “[Rajoy] ha afirmado que el plan hidrológico nacional es bueno para Aragón y para España. A quienes se oponen a él, [en ese momento se inserta en el discurso visual un plano medio de un grupo de personas andando con una pancarta¹⁹⁵ que dice: “Nos roban nuestro futuro. No al transvase, sí a los regadíos. Los Monegros”] les ha dicho que el plan recoge una reivindicación histórica de esta comunidad como es el pacto del agua y que el PP es el que está haciendo obras que llevaban esperando un siglo” (Tve1). “Allí [en Huesca], Rajoy visitaba varias obras hidráulicas y las ponía como ejemplo de que su partido cumple” (A3). “Ha pedido [en un mitin en Barcelona] directamente el voto a los que se sienten socialistas pero no están dispuestos a someterse a Carod Rovira. El PSOE, según ha dicho, ha abandonado a sus votantes en Cataluña porque han abandonado sus principios” (A3). “Además de defender el plan hidrológico, en Aragón, Rajoy ha insistido en su cambio de estrategia, y ha dejado claro que no quiere pactar con nadie” (Tele 5).

Los *totales* de Rajoy pertenecen al género de la retórica política (“El plan hidrológico nacional beneficia a todos y cada uno de los españoles” (Tve1), “Aquí la duda es si España va a tener un gobierno estable que es lo que yo quiero, y pido, o va a tener un gobierno condicionado por pequeños partiditos que sólo responden a la defensa de sus intereses” (Tele 5)), con elementos del spot comercial (“¿Quién tiene mejor equipo para gobernar?, ¿Quién tiene gente más preparada? ¿Quién tiene las ideas más claras? ¿Quién puede crear más empleo? ¿Quién puede mejorar tus pensiones? ¿Quién puede dar más oportunidades a los jóvenes? ¿Quién puede atajar mejor la inseguridad ciudadana? ¿Quién puede abordar con más solvencia el problema de la inmigración? ¿Quién te puede garantizar que la economía española vaya bien?...” (Tve1), “Quiero que ninguno tengáis miedo por vuestra economía. Quiero que los jóvenes y sus padres sepan que cada vez habrá más posibilidades para trabajar. Quiero que sepáis que vais a poder pagar vuestras hipotecas sin problemas. Quiero que sepáis que vuestras pensiones estarán garantizadas y cada vez serán mejores” (A3)).

En C+, la estructura de la noticia no contiene *totales* sino sólo un breve relato de la actividad electoral de Rajoy.

La crónica periodística (en Tve1, A3, C+ y Tele 5) no contiene adjetivación y se limita a dar información *objetiva* sobre lo ocurrido, a construir oraciones en estilo indirecto sobre lo dicho por el candidato: “Mariano Rajoy *ha afirmado que* en este asunto se ha desinformado mucho pero que ahora eso se está acabando porque la verdad se abre camino” (Tve1). “[Rajoy] *ha pedido directamente el voto a los que se sienten socialistas pero no están dispuestos a someterse a Carod Rovira. El PSOE, según ha dicho, ha abandonado a sus votantes en Cataluña porque han abandonado sus principios*” (A3). “...en Aragón, *Rajoy ha insistido en su cambio de estrategia, y ha dejado claro que no quiere pactar con nadie*” (Tele 5). El discurso visual contiene dos escenarios en Tve 1: uno exterior, “el lugar donde se unen los canales del Finca y del Monegros” (Tve1) y el otro interior (un polideportivo o similar). El externo contiene planos medios estables, un *zoom* a una pizarra sobre un caballete donde uno de los regantes explica algo a Rajoy,

¹⁹⁵ Ese plano dura menos de dos segundos, con lo que es normal que se pierda el contenido escrito en la pancarta para el que lo ve por televisión

y el plano medio de los opositores al PHN¹⁹⁶. En el interior del mitin, los planos a vista de pájaro con “cabezas calientes”¹⁹⁷ revelan una realización con mayores medios técnicos.

En Tele 5, los planos son interiores al principio del relato: Rajoy está sentado con los regantes a una mesa, parece una sede del Partido Popular. A continuación, las cámaras recogen el encuentro en el lugar donde se unen los canales de regadío. Se ve también a los manifestantes en contra del PHN (en este caso con el tiempo suficiente para poder leer el contenido de la pancarta). Finalmente se va al interior de un recinto en el que, en un plano más cerrado que Tve1 y con el fondo algo desenfocado, Rajoy se dirige a los asistentes desde su tribuna.

En el relato audiovisual de A3 todo el escenario es interior. Se trata de una conexión en directo (en la edición de noche) a un polideportivo donde Rajoy acaba de dar un mitin y se observan planos generales de la gente agitando banderas del PP. El *total* (que aparece después en la noticia pero que está grabado) está enmarcado en un plano medio nítido de Rajoy en la tribuna, contrastado con el fondo desenfocado del *background visual*¹⁹⁸ de los asistentes al acto.

El protagonista principal del relato en todas las cadenas es Rajoy, que está acompañado por un colectivo (la Federación de regantes de Aragón) y por otro no identificado en la noticia, los que portan la pancarta (en Tve1 y Tele 5). Además existe un protagonista colectivo e indistinto: la masa que acude al mitin (en Tve1, A3, C+ y Tele 5), dentro de la cual existe un grupo destacado que sirve de *background* que agita banderas cuando se aplaude.

Las fuentes de información en Tve1 son el Partido Popular (esto se verá con detenimiento en el siguiente nivel), Rajoy y el colectivo de la pancarta. A éste último se le da cobertura visual pero no acceso, mientras que Rajoy y su partido disfrutan de los dos.

Las señales descriptivas de la pragmática utilizada en el texto incluyen las apelaciones retóricas de Rajoy a los electores, con reiteraciones al comienzo de las frases (“¿Quién tiene mejor equipo para gobernar?, ¿Quién tiene gente más preparada? ¿Quién tiene las ideas más claras? ¿Quién puede crear más empleo? ¿Quién puede mejorar tus pensiones? ¿Quién puede dar más oportunidades a los jóvenes? ¿Quién puede atajar mejor la inseguridad ciudadana? ¿Quién puede abordar con más solvencia el problema de la inmigración? ¿Quién te puede garantizar que la economía española vaya bien?...” (Tve1)). Además, se utiliza el plural de modestia¹⁹⁹ (“Vamos a decidir si queremos un gobierno eficaz, vamos a decidir si queremos un gobierno estable, o si queremos un gobierno sujeto a las presiones de partidos políticos minoritarios. Vamos a decidir si queremos un gobierno que da certeza, como la da el partido popular, o si queremos apostar por el riesgo y por la incertidumbre” (Tve1)). Además del uso de perífrasis verbales y construcciones lingüísticas que denotan autoridad y cercanía al mismo tiempo (“¿Quién te puede garantizar que la economía española vaya bien? ¿Quién te puede garantizar que los españoles sigan por la senda del progreso de estos últimos años?” (Tve1), “Quiero que ninguno tengáis miedo por vuestra economía. Quiero que los jóvenes y sus padres sepan que cada vez habrá más posibilidades para trabajar. Quiero que sepáis que vais a poder pagar vuestras hipotecas sin problemas. Quiero que sepáis que vuestras pensiones estarán garantizadas y cada vez serán mejores” (Tele 5)).

Nivel 2. Prácticas sociales y discursivas

La personalización es la principal clave de producción de todas las noticias de las diferentes cadenas. El candidato del PP se convierte en el centro de la narración, además de ser la fuente única de la información aportada. De todo lo que sabemos sobre el PHN en la noticia o sobre el debate territorial, no hay ni una sola frase que no haya pronunciado Rajoy. No existe una sola contextualización de la información ofrecida. La producción de la noticia consiste en *envolver* por parte del periodista uno o dos totales de Rajoy. Ese *envoltorio* redundante en la información de las intervenciones de Rajoy, puesto que está realizado a modo de resumen de las actividades y declaraciones del candidato durante esa jornada. Ésta forma de presentar la noticia se apoya en el concepto de *objetividad* entendido como reflejo fiel de lo visto y oído en los actos políticos. El principio de *objetividad* es una de las rutinas periodísticas más extendidas. Se parte de la idea de que un discurso *objetivo* es aquel que recoge lo que las fuentes

¹⁹⁶ Plan Hidrológico Nacional.

¹⁹⁷ Artefacto utilizado en las producciones televisivas que permite suspender la cámara en una grúa desde donde, por control remoto, puede girar en todas las direcciones.

¹⁹⁸ Este *background* se compone de afiliados al partido que se sientan en una pequeña grada detrás del candidato, en el escenario, con banderas y a modo de marco de fondo. Es una técnica que emplean todos los partidos políticos para producir el efecto de respaldo social del candidato.

¹⁹⁹ Plural de modestia: plural del pronombre personal de primera persona, o de la flexión verbal correspondiente, empleado en vez del singular, cuando alguien quiere no darse importancia.

legitimadas y con recursos comunican. Los periodistas *cubren* el acto siguiendo el guión previamente marcado por el político. A veces, como en este caso, esa *objetividad* es tan *hueca* que las noticias se pueden entender sin la aportación de los comentarios en *off* del periodista, que sólo son una formalidad informativa.

Los *símbolos de condensación* ²⁰⁰ (Langer, 2000) abundan en el relato: agitar de banderas del partido, aplausos, el corear de consignas, el baño de masas, las preguntas retóricas del candidato que son respondidas por los incondicionales. Todo este tipo de escenificación política preparada por el partido es escrupulosamente seguida por el informador, lo que convierte el acto político en un ritual y su cobertura mediática en un pseudo-acontecimiento mediático (Dayan y Katz, 1995), sobre el que precisamos más en el siguiente nivel. Incluso, llega a tal límite esa *objetividad* que ya no son necesarios los intermediarios. Se puede asegurar que, en Tve1, la señal audiovisual del mitin está cedida por la dirección de comunicación del PP, a tenor de los medios empleados²⁰¹ (“cabeza caliente”, grúas...). A esa imagen se le añade la voz en *off* del periodista más tarde como *envoltorio* . En las conexiones en directo, el candidato espera hasta que se le da paso con una señal que aparece en monitores y que él puede seguir²⁰². Entonces, introduce el *soundbite* que tiene preparado para la televisión. Estos *soundbites* , que nos ofrecen como espectadores, están dirigidos a presentar una imagen pública del candidato apoyado por una masa electoral. Aunque en frases de quince segundos, no hay tiempo para que el espectador pueda valorar nada. En resumen, el partido político propone una puesta en escena que va dirigida a provocar la adhesión emocional del televidente más que su análisis. Por ejemplo, las preguntas que Rajoy lanza al auditorio en su mitin en Barcelona: (“¿ *Quién* tiene mejor equipo para gobernar?, ¿ *Quién* tiene gente más preparada?... (Tve1). A cada pregunta el auditorio responde a coro “el PP”. Esa escenificación es fielmente reflejada por la noticia de Tve1. Los gabinetes de prensa de los partidos creen que en televisión se disputan principalmente los votos de los indecisos y se dirigen a éstos con estrategias superficiales, que los periodistas no contrarrestan, y a las que incluso dan prioridad. Por ejemplo, en la noticia de Tele 5, el periodista comenta: “A este grupo de ciudadanos [se refiere a los opositores al PHN] se los encontraba visitando el plan de regadíos del alto Aragón. De una forma muy distinta le recibían poco después en Huesca” [y en ese momento se escucha al unísono por toda la gente congregada en el auditorio donde se va a celebrar el mitin: “¡Mariano, amigo, Huesca está contigo!”]. Los partidos parecen haber renunciado a hacer inteligibles sus propuestas por televisión en su certeza de que este medio sólo sirve para desplegar estrategias de imagen. Despliegan esas estrategias influidos por el conocimiento de que la *racionalización* televisiva no da oportunidades de profundizar en los temas. La producción de la noticia emplea los principios básicos de la *macdonalización periodística* (Sampedro, 2000) justificada en el principio de la objetividad. Todas ellas funcionan siguiendo el *rastro del poder* (Bennett, 2003) que proporciona un flujo constante de noticias a bajo coste. Los costes extras que supondrían contextualizar las informaciones y explicar el debate en torno al tema tratado, o dar voz a otras fuentes son descartados en el proceso. La cobertura de la campaña electoral se convierte en una crónica personalizada de los mítines políticos. El principio de *objetividad* deja al público como mero espectador sin posibilidad de contrastar la propaganda de los políticos.

Nivel 3. Análisis intertextual

En este análisis me centro en los géneros y discursos intertextualizados en las diferentes piezas examinadas. Comenzaré con los discursos.

El discurso de Rajoy tiene una serie de *públicos diana* : en particular se dirige a los afectados por el problema del agua en Aragón (“Los que jugaron de una manera vil con los sentimientos de los aragoneses, se están poniendo ahora muy, muy, muy nerviosos. Y tienen razones para ponerse muy nerviosos. El plan hidrológico nacional beneficia a todos y cada uno de los españoles (Tve1), a los

²⁰⁰ Iconos asociados a escenarios concretos que han tomado con el tiempo significado independiente.

²⁰¹ “Para los mítines centrales, los partidos utilizan sus propios equipos o alquilan cámaras de televisión y unidades móviles, que emiten la señal a Hispasat. Con los parámetros del satélite cualquier televisión o ciudadano normal puede seguir el mitin en directo” (“La trastienda de un mitin”, El País, 29 de febrero de 2004).

²⁰² “El PP ha dado un salto al refinamiento tecnológico con unos atriles de última generación -reservados sólo para Rajoy y Aznar- en los que se han incrustado dos pequeños monitores. En uno se emite el desarrollo íntegro del acto y en el otro, la señal de las televisiones. Un pequeño sistema de luces, también integrado en el atril, advierte al líder de la conexión con las noticias. Estos modernísimos atriles están provistos, además, de un sistema hidráulico que ajusta su altura en función de la estatura del orador” (“La trastienda de un mitin”, El País, 29 de febrero de 2004).

votantes desencantados del PSOE en Cataluña (“Ha pedido directamente el voto a los que se sienten socialistas pero no están dispuestos a someterse a Carod Rovira. El PSOE, según ha dicho, ha abandonado a sus votantes en Cataluña porque han abandonado sus principios” (Tele5), además de dirigirse al público en general (“Quiero que ninguno tengáis *miedo* por vuestra economía. Quiero que los jóvenes y sus padres sepan que cada vez habrá más posibilidades para trabajar. Quiero que sepáis que vais a poder pagar vuestras hipotecas sin problemas. Quiero que sepáis que vuestras pensiones estarán garantizadas y cada vez serán mejores. Quiero que tengáis un gobierno que sea el más *capaz* y *competente* de todos. Quiero que tengáis un gobierno que sea *garantía* para abordar los problemas de los españoles. Queridos amigos, quiero un país *tranquilo*, un país *seguro*, un país con reglas de juego conocidas, un país feliz”²⁰³ (A3)). Utiliza para dirigirse a ellos el discurso típico de “Yo o el caos”. Emplea la apelación al miedo a través de las consecuencias que pueden concurrir si resulta elegido el PSOE (desmembración de España como Estado, inestabilidad institucional, problemas económicos...): “Vamos a decidir si queremos un gobierno eficaz, vamos a decidir si queremos un gobierno estable, o si queremos un gobierno sujeto a las presiones de partidos políticos minoritarios. Vamos a decidir si queremos un gobierno que da certeza, como la da el partido popular, o si queremos apostar por el riesgo y por la incertidumbre” (Tve1). “Aquí la duda es si España va a tener un gobierno estable, que es lo que yo quiero, y pido, o va a tener un gobierno condicionado por pequeños partiditos que sólo responden a la defensa de sus intereses” (Tele5). En su discurso, no explica (o no se nos hace llegar a los espectadores televisivos, porque el periodista no aporta nada) cómo pretende abordar esos objetivos de su programa.

En cuanto a los géneros, he identificado, al menos, cuatro, principalmente: Noticia dura, el relato o crónica, el acontecimiento mediático y el mitin. De la *noticia dura* se intertextualiza en la pieza la estructura y el procedimiento de producción (utilización de *totales* y locuciones en *off*) además de tratarse de un contenido *duro* (política).

El relato de los hechos contribuye a ablandar la noticia. La crónica es canónica y responde a tradiciones míticas. Si la mostramos con otras palabras resulta más reconocible: “Érase una vez un héroe que deseaba casarse con la hija del Rey (y ser el próximo Rey) y para ello tenía que matar al dragón que atemorizaba el reino”²⁰⁴. Rajoy es el protagonista que recorre el país para convencer a sus gentes de que es el más adecuado para detentar el poder. Para ello, necesita demostrar que es mejor que su contrincante”. Y el periodista, en todas las cadenas, relata su viaje y deja que hable con sus propias palabras para que se pueda dirigir a otros súbditos del reino a través de la televisión.

Relacionado con este género está el del acontecimiento mediático. Los acontecimientos mediáticos son definidos, según Dayan y Katz (1995), como un nuevo género narrativo que emplea los medios electrónicos para imponer una atención universal y simultánea con objeto de contar una historia sobre los hechos del día. Son acontecimientos en directo. La característica saliente del género es que no forma parte de la rutina sino que lo que hace es interrumpir esa rutina. En este caso, las noticias sobre la campaña electoral tienen el carácter de un pseudo-acontecimiento mediático, porque no todas son en directo, porque no tienen el mismo poder de convocatoria que sus modelos y porque no interrumpen la rutina a ese nivel (sí es cierto que los informativos reservan espacios especiales para ellos, que concuerdan con los que reserva los asistentes en su rutina). Pero como veremos después no tienen comparación con otros acontecimientos mediáticos, como un partido de fútbol (ese día se disputa un Real Madrid-Bayern de Munich y los políticos son conscientes- como comprobaremos en una noticia más adelante- de que no pueden competir con el fútbol). Sin embargo, si tienen en común la forma del ritual, puesto que los mítines (de los cuales, posteriormente, los informativos insertan fragmentos), hoy en día, funcionan para formar identidades de partido más que para constituirse en ejercicios de argumentación racional. Son rituales que fabrican los partidos políticos pensando fundamentalmente en la televisión. “A través de los discursos audiovisuales las fuerzas políticas elaboran la identidad del partido y la imagen de su líder, construyen discursivamente a sus contrincantes, generan una imagen de sus posibles votantes, proponen una interpretación la situación del país y prometen un mundo posible futuro” (Pericot y Capdevila, 2003). Los acontecimientos están fuera, en el sentido espacial, y en el sentido de no haber sido organizados por los medios, aunque se conciben pensando en la televisión. Dayan y Katz diferencian tres

²⁰³ Las palabras en cursiva son mías. Señalan sustantivos o adjetivos que forman parte del “discurso de la seguridad y estabilidad” que supuestamente proporciona el PP frente a la inseguridad que proporcionaría el PSOE.

²⁰⁴ Este tipo de enfoques ha sido estudiado por Ruiz Collantes (2003): “Los mensajes de propaganda electoral se sitúan en una momento del proceso político que puede identificarse con una de las fases del modelo canónico de la narración identificadas en la Semiótica Estructural. Las fases de este modelo canónico son: el contrato, la competencia, la ejecución y la sanción”.

guiones dentro de la producción de acontecimientos mediáticos: *conquista*, *coronación* y *competición*. Los mítines políticos actuales contienen intertextualmente aspectos de las tres narraciones. Por una parte, se trata de un cuento de *conquista* del poder. El héroe debe superar las pruebas y conseguir alzarse con la victoria. Desde otro punto de vista, se trata de una *competición* con el otro contrincante por conseguir el gobierno. Finalmente, y sobre todo, cada mitin es una *pseudo-coronación* en la que el candidato demuestra o no si está preparado para estar a la altura del pasado y de las expectativas creadas. En el caso de Rajoy, la pregunta que se cierne sobre él y que es motor del drama es: ¿será capaz de estar a la altura de su antecesor? Implícito en la ceremonia de *coronación* está la idea de la adhesión a los valores del partido y del líder, de lo que, para los incondicionales, es algo, sino sagrado, sí importante. Para los organizadores, parte del éxito de la empresa se basa en que la imagen televisiva transmitida a los indecisos sea la de compromiso de los votantes fieles con la candidatura. Lo que hace diferente a estos acontecimientos de otros guiones es la investidura de legitimidad que hacen los organizadores y productores de televisión de ese acontecimiento. Los organizadores deben buscar las condiciones para que la ceremonia sea un éxito y los medios se hagan eco de ella.

Nivel 4. Vías de participación y cuestionamiento de los discursos oficiales

La representación del público en todas estas piezas es la misma. La ciudadanía aparece como una masa que agita banderas y corea consignas. A lo sumo forma parte del *background* delante del cual el candidato lanza su discurso. Es decir, es tratado por los organizadores (el partido) y los productores (la televisión) como un personaje secundario²⁰⁵ sin identidad. Este *background*, recuerda el concepto de Habermas de *publicidad representativa*. En la Edad Media, la publicidad existente era la que ejercía el rey ante sus súbditos, en nombre de la divinidad. En este caso, Rajoy es el representante del poder del partido (un ente separado del pueblo) y los asistentes sirven para enmarcar la publicidad de ese representante.

Por otro lado, los únicos que consiguen *colarse* en el relato, los manifestantes opositores al Plan Hidrológico Nacional, son prácticamente ignorados por la televisión. De ellos, sólo se dice que no están de acuerdo con el proyecto.

En las piezas que vemos en este telediario los políticos construyen un guión para presentarse en público, ponen una imagen en escena. Los periodistas no hacen nada por interpretar esa imagen sino redundar en esa puesta en escena. El esfuerzo empleado en contrarrestar la propaganda de los mítines es nulo por parte de los informadores. No contextualizan la noticia añadiendo información sobre el problema del agua en España, sobre el Plan Hidrológico Nacional. No aclaran que es el “pacto del agua” que, según Rajoy, figura como una reivindicación que “llevaban esperando un siglo” en Aragón. No dan voz a otros colectivos para que opinen sobre el asunto. Quizás, lo más negativo, además de la falta de participación, es que todas las noticias son calcadas en su procedimiento de producción y en sus contenidos.

En cuanto al debate territorial, Rajoy atemoriza a los votantes con la perspectiva de un gobierno PSOE-ERC, que defendería los intereses de “partiditos”. La periodista no menciona que todos los partidos en minoría, durante la actual democracia, han gobernado así, también el PP. No explica que la preeminencia de los intereses nacionalistas tiene que ver con la forma en que el sistema electoral prima el bipartidismo. “Indirectamente, el sistema electoral ha favorecido el poder de negociación de los partidos nacionalistas, como se ha repetido una y otra vez. Pero lo cierto es que la *Convergència i Unió*, la *Ezquerra Republicana* de Catalunya a veces, el *Partido Nacionalista Vasco*, el *Bloque Nacionalista Galego* y la *Coalición Canaria* suelen recibir una representación bastante proporcional a sus votos. Es decir, no están sobrerrepresentados, en contra de lo que algunos suelen decir. Lo que ocurre es que, debido a la subrepresentación o la desaparición de los partidos medianos y pequeños de ámbito español, los partidos nacionalistas se han convertido en el único elemento de pluralismo político del actual sistema representativo. Esto, naturalmente, ha ayudado a centrar en gran medida la agenda pública en las cuestiones de distribución territorial del poder. Pero los españolistas que se sienten incómodos con las reivindicaciones nacionalistas y descentralizadoras deberían entender que éstas son la penitencia que pagan por el pecado de mantener un sistema electoral excluyente que ha eliminado otros elementos potenciales de pluralismo” (Colomer, en prensa²⁰⁶).

Campana del PSOE (10/03/04) Elecciones Generales

²⁰⁵ Tienen menos relevancia que los espectadores de cine. A éstos a veces se les pregunta a la salida de las salas cinematográficas qué les ha parecido la película.

²⁰⁶ EL PAÍS - Opinión - 03-08-2005.

Zapatero asiste primero a Tele5 por la mañana para conceder una entrevista en el programa “La mirada crítica”. Su siguiente compromiso es en la sede de la ONCE en Madrid para reunirse con discapacitados con los que comparte sus promesas electorales. Y por la tarde acude a un mitin electoral en Toledo. Tanto Tve1, A3, C+ y Tele5 dan cobertura a su actividad electoral, aunque C+ sólo le dedica una *cola*²⁰⁷ de poco más de 18 segundos.

Nivel 1. Análisis textual

En Tve1, la estructura de la narración es precisa y comprensible. Se centra en la exposición de las promesas del candidato y los medios que utilizará para materializarlas. Esta exposición contiene la locución en *off* acompañada de imágenes del mitin, con la referencia a las promesas en un estilo directo (“apoyar a los discapacitados, más que una prioridad para Rodríguez Zapatero, es una exigencia moral de toda la sociedad...para ello se ha comprometido a establecer el llamado contrato de inclusión del 9%” (Tve1)) y su apoyo testimonial con los *totales* del candidato (“El porcentaje representa a las personas con discapacidad en España, el compromiso es que la participación de las personas, sea de ese porcentaje en todos los ámbitos de la sociedad. Este contrato es una palanca para la igualdad efectiva de derechos de todos los ciudadanos” (Tve 1)).

“Apoyar a los discapacitados”, “déficit cero de ciudadanía”, “igualdad efectiva de derechos de todos los ciudadanos”, “plena integración”, “accesibilidad universal”, “contrato de inclusión del 9%”, “dedicación preferente a las familias con personas a su cargo”, todas ellas son frases de la redactora que indican los fines de la política del PSOE en esa área. Por otra parte, la periodista señala los medios que empleará Zapatero: “creación de una secretaría de Estado para las personas con discapacidad” y “una ley básica de protección a los dependientes”. También apoya esto con *totales*: “Desarrollaremos un sistema nacional de atención a las personas dependientes. Un sistema nacional que camine hacia la universalización y su plasmación y reconocimiento como derecho” (Tve1). Sintácticamente, las frases son cortas, con estructuras simples y uso de verbos copulativos. Todo ello contribuye a facilitar la comprensión. Prescinde de referencias espacio-temporales para centrarse en el emisor, los receptores, los fines y los medios. La sintaxis visual es clásica y *redonda*. Realizada en el interior de un polideportivo. Se abre con la subida del candidato al estrado mientras recibe las ovaciones, tiene su cuerpo en las intervenciones de Zapatero y se cierra con el abandono de su posición privilegiada en la tribuna acompañado por discapacitados. Son de destacar algunos detalles visuales. Por ejemplo, se deja claro que estamos ante un *público diana* específico y se le *pone cara* a esos destinatarios del mensaje. Además de cubrir planos generales, se toman planos de los individuos concretos, ciegos con sus perros-guía, sordos aplaudiendo alzando sus manos para aplaudir, etc. Se recoge un primer plano de la traductora de sordos mientras traslada con sus gestos lo dicho por Zapatero (que está al fondo de la imagen) al lenguaje de signos. El protagonista indiscutible y única fuente de la noticia es el candidato pero, al menos, se le *pone cara* al público, aunque no tenga voz.

Por otra parte, aunque la periodista escoge un esquema claro, no explica qué significan algunos términos como “contrato de inclusión”, “déficit cero de ciudadanía”. Tampoco se comenta cómo va a funcionar el “sistema nacional de atención a las personas dependientes”.

En A3, a diferencia de Tve1, la estructura es confusa y el contenido proporciona información nimia. Para empezar, el presentador en *plató* refiere el acto electoral del día, para remitirnos a continuación, en directo, a un mitin: “El candidato socialista se reunía con discapacitados para ofrecer un contrato de inclusión que facilite su participación efectiva en todos los ámbitos de la sociedad. El acto central de la tarde ha sido en Toledo. Alberto Ramos, buenas noches” (A3). Como vemos, parece que la conexión en directo y la reunión con discapacitados son el mismo evento, y no lo son. Las dos frases del presentador en *plató* sobre el acto electoral de la mañana no aclaran nada sobre él. En directo, otro periodista, resume en cinco líneas el mitin: “Hola, muy buenas noches. Hoy, aquí, en Toledo, estaban José Bono y José Luis Rodríguez Zapatero, los que fueron rivales y hoy trabajando mano a mano por conseguir esa *mayoría suficiente* que pide el candidato socialista. Frente a la *campaña del miedo y el insulto*, decía Rodríguez Zapatero, el PSOE ofrece *la ilusión del cambio*. Un cambio, añadía, que no puede esperar cuatro años más. Éstas eran sus razones” (A3). Aparte de las referencias de tiempo y espacio, la información que ofrece está anclada en clichés: “campaña del miedo y del insulto” (sin decir de quién), frente a “la ilusión del cambio” (el slogan del PSOE cuando ganó en el 82). El informador habla de “mayoría suficiente” pero no explica qué significa realmente esto en el discurso político de Zapatero. Tras esa introducción da

²⁰⁷ Una cola, en el lenguaje periodístico televisivo, es la noticia de unos 20 ó 30 segundos en las que una voz en *off* (normalmente el presentador desde *plató*) comenta una secuencia de imágenes.

paso al *total* del candidato, en el que no se aprecian las razones (como el periodista señala) por las que Zapatero requiere la mayoría: “Pido pues el voto a esa mayoría que quiere cambio. Pido el voto porque el momento es ahora. Ganemos ahora el futuro. No esperen cuatro años. Es el momento ahora de hacer un cambio tranquilo. De renovar la política. De mejorar la democracia. De volver al diálogo, al talante, a la tolerancia. De hacer un gobierno que renueve compromisos sociales. Compromisos sociales abandonados por el gobierno del Partido Popular” (A3). El periodista ha elegido un *total* que no contextualiza debidamente. Visualmente, la conexión en directo con el polideportivo en Toledo, muestra un plano general picado del auditorio en lo que parece ser el final del mitin. El protagonista es Zapatero y el público aparece como masa electoral.

En Tele 5, en vez de cubrir el mitin del día, se opta por ofrecer el anuncio electoral de Zapatero realizado en el programa de “La mirada crítica” de Tele5, a saber, “congelar el gasto militar”. La cobertura de la entrevista tiene dos partes separadas por una pieza dedicada a la campaña del PP. La estructura es la de la presentación desde plató de un “anuncio sorpresa” de Zapatero: “y para anuncio sorpresa, el de Rodríguez Zapatero, que aquí en Tele 5, ha prometido congelar los gastos militares” (Tele 5). Tras eso se da paso al *total* de Zapatero (que es una respuesta a la pregunta de la periodista de “La mirada crítica”): “Yo no quiero elevar el gasto público y tengo un compromiso de no subir los impuestos que voy a cumplir a rajatabla. Pero hay prioridades y hay formas de gestionar. Yo no tengo la prioridad en la investigación militar. Ni en el gasto militar, y voy a congelar el gasto militar. Porque lo que este país necesita, ahora, urgentemente es más educación, más investigación si no, perdemos el tren del futuro” (Tele 5). La segunda parte también ofrece otro *total* de la entrevista sobre la idea de gobernar sin coaliciones: “El Partido Socialista tiene más condiciones y, permítame, más capacidad de diálogo, creo que la tengo, más capacidad de entendimiento para poder tener un gobierno que quiero que sea del partido socialista, *autónomo, propio*, como ha sido siempre que ha gobernado el partido socialista, con acuerdos parlamentarios, si necesito esa mayoría parlamentaria” (Tele5). En esta ocasión se introduce con una voz en *off* mientras vemos las imágenes de Zapatero entrando en las dependencias de Tele5 para ser entrevistado en “La mirada crítica”. La secuencia se cierra con un comentario en *off* sobre el siguiente acto electoral.

Nivel 2. Prácticas sociales y discursivas.

La forma de producción de las cuatro noticias es parecida en cuanto a la estructura. Las cuatro contienen una presentación desde plató, seguida de locuciones en *off* con imágenes del candidato en los mítines o entrevistas (el caso de Tele5) y las propuestas, promesas o anuncios encapsulados en los 20 o 30 segundos de los totales. La diferencia estriba en la procedencia de los materiales. En Tve1 y A3 la información es de un mitin, mientras que en Tele5 son fragmentos de una entrevista personal. Dentro de esta forma de producción, la noticia de Tve1 consigue una crónica más clara del mitin. A3 confunde al espectador y únicamente se limita a dar paso a lo que dice Zapatero en un *total*. La conexión en directo no aporta nada, informativamente hablando. Se trata de una cuestión de imagen para la cadena, que pretende mostrar despliegue de medios en la cobertura del evento. Tele5 también se limita a *envolver* los totales sacados de otro programa de la cadena, “La mirada crítica”. C+ ofrece una *cola* testimonial, puesto que su informativo no dura más de 5 minutos por la posterior retransmisión de un partido de fútbol de la Liga de Campeones. Para producir la noticia, todos los informativos siguen las mismas prácticas discursivas basadas en la personalización, la objetividad y la fragmentación. La personalización resulta más cómoda y eficaz económicamente, puesto que se limita a seguir al *cabeza de cartel* de la lista socialista. Los periodistas reflejan *objetivamente* sus intervenciones aunque, incluso aquí, pueden desinformar, como ocurre en A3. La alternativa a esta personalización consistiría en contextualizar la información que ofrece el candidato con otras fuentes diferentes, comparar programas políticos y ejercer una iniciativa profesional que no se limite a cubrir los actos electorales en el momento de mayor deliberación de la esfera pública. Otra de las prácticas, la fragmentación, construye el discurso aislando las informaciones sobre las intervenciones de los partidos y sus programas. Entre las piezas no hay ningún tipo de conexión que ayude al espectador a formarse una opinión global de las diferentes alternativas políticas, ya sean de partidos o de colectivos que quieren influir en la esfera pública. En resumen, se prima ante todo la *macdonalización* informativa (Sampedro, 2000), se cubren eventos y no temas con lo que la realidad política resulta fragmentada y con poca significación para el votante.

Nivel 3. Análisis intertextual.

En el apartado de discursos, se localizan dos principales en el texto. Por una parte, el discurso político de Zapatero, por la otra, el discurso informativo de las cadenas.

En realidad, no podemos decir que los *totales* de Zapatero y sus *envoltorios* informativos constituyan un discurso político en sí mismo, pero sí es cierto que busca diferenciarse de la ideología neoliberal, proponiendo políticas sociales con los discapacitados o prometiendo la redistribución del presupuesto para dar prioridad al gasto en investigación y educación sobre el gasto en investigación militar. Estratégicamente, Zapatero, en los últimos días de campaña, reclama el voto de los abstencionistas de izquierda, desmarcándose de un gobierno en coalición²⁰⁸ con ERC (Ezquierda Republicana de Catalunya) y asegurando que sólo gobernará si obtiene más votos que su rival. Esto no aparece así en los *totales* de Zapatero, sino que necesita contextualizarse por el periodista. En el ejemplo de A3, el informador se limita a señalar las palabras literales del candidato: “Hoy, aquí, en Toledo estaban José Bono y José Luis Rodríguez Zapatero, los que fueron rivales y hoy trabajando mano a mano por conseguir esa mayoría suficiente que pide el candidato socialista”(A3). Pero no interpreta el concepto de “mayoría suficiente” incluido en su discurso.

El discurso informativo desarrollado por las cadenas no difiere mucho entre ellas. Concibe la información electoral como una cobertura de eventos políticos que no se contextualizan. Es el discurso de la información como mercancía y los espectadores como consumidores, y no como ciudadanos. El responsable último de este tipo de discurso es la organización (Tve1, A3, C+ o Tele5), pese a lo cual, algunos periodistas realizan mejor su trabajo dentro de un marco general de producción racionalizada.

En cuanto a los géneros, podemos señalar la intertextualización de la *noticia dura* con la *entrevista*, la *conexión en directo* y el *mitin*. No vamos a repetir aquí todo lo dicho en el apartado dedicado al análisis intertextual de la campaña del PP. El único género que aparece en estas noticias y no en las del PP, es el de la entrevista. Y como suele ocurrir con el género documental que contiene entrevistas, lo que se hace es integrar en el discurso informativo dos fragmentos de la entrevista que corresponden sólo a las respuestas del aspirante, sin incluir las preguntas. Para el flujo de la narración esto resulta más funcional pero no así para su comprensión, pues se desconoce cómo se ha desarrollado la entrevista para llegar ahí. Lo que hacen los realizadores es etiquetarla como *anuncio sorpresa* y utilizarla como reclamo para la audiencia en el sumario del informativo que se abre con esta noticia. La conexión en directo de A3 tiene en común con el género del acontecimiento mediático, que, en ambos, se celebra el *milagro* tecnológico del *directo* desde un lugar lejano, aunque informativamente no sirva para nada.

Nivel 4. Vías de participación y cuestionamiento del discurso oficial

Las vías de participación de la sociedad civil se limitan a presentar al público como ente difuso e intercambiable que acude a aplaudir a los polideportivos. En este sentido, en un caso (Tve1) a esa masa se la identifica con unas caras, aunque no con nombres ni opiniones. Ninguna intervención de colectivos sociales para opinar sobre las promesas de Zapatero, ninguna información sobre fuentes distintas a las oficiales.

El cuestionamiento del discurso de los políticos es inexistente. En A3 no sólo no hay atisbo de crítica sino que ni siquiera se explica bien en qué consiste el discurso de Zapatero.

La entrevista de “La mirada crítica” de Tele5 intertextualizada en el informativo parecía una buena ocasión para ofrecer en el informativo datos sobre en qué investiga militarmente el Estado, el montante de ese gasto, el gasto en investigación y educación, comparación con otras políticas europeas al respecto, éxito de este tipo de propuestas en otros casos (si es que antes se han intentado), etc.

Comentario: Aquí falta la noticia de IU

²⁰⁸ Sólo el 13% de los votantes socialistas veían con buenos ojos una posible coalición con ERC. (El País, 11 marzo de 2004).

Superordenador, ¿propaganda o información? (10/03/04) Elecciones Generales

La siguiente noticia a analizar es cubierta por Tve1, La 2, A3 y Tele5. Se trata de la adquisición por parte del Estado de un superordenador para desarrollar simulaciones matemáticas para la investigación en diversos campos, por ejemplo, en el cambio climático.

Nivel 1. Análisis textual

La estructura narrativa de la noticia es clara en todos los informativos, así como los actores sociales. En la televisión pública, se nombra tanto al “gobierno” como a la “empresa IBM” como firmantes de un “acuerdo” (Tve1) o “contrato” (La 2) por el que se “traerá a España y, concretamente a Barcelona, un supercomputador” (Tve1). En A3 se nombra a Aznar como el firmante del “acuerdo” y en Tele5 se dice que “ha presidido [Aznar] la presentación del “segundo ordenador más rápido del mundo” (Tele5). Todas las cadenas hacen inventario de las potencialidades de la máquina: “un supercomputador capaz de realizar 40 billones de operaciones por segundo. Será el primer ordenador del mundo en aplicaciones y posibilidades en tamaño...costará 70 millones de euros y su memoria equivaldrá a la de 18.000 ordenadores personales” (Tve 1), “Sólo lo superará en rapidez el *Air Simulator*, un supercomputador fabricado en Japón para analizar el clima. La máquina del centro nacional de supercomputación que estará en Cataluña será capaz de hacer 40 billones de operaciones por segundo, un monstruo al que sólo podrían igualar 18.000 PCs trabajando juntos” (La 2), el “ordenador más potente de Europa y el segundo del mundo. El pacto con la empresa IBM supone una inversión de 70 millones de euros y permitirá que España se sitúe en la vanguardia de computación [...] Aseguran [no hay sujeto] que lo que antes se hacía en 30 años, ahora estará en 60 minutos. 40 billones de operaciones por segundo y una memoria similar a 18.000 ordenadores hacen de este supercomputador el segundo más rápido del mundo” (A3), “este ordenador, cuyo coste inicial rondará los 70 millones de euros se pondrá al servicio de la investigación el próximo verano. La máquina, que es capaz de realizar 40 billones de operaciones por segundo” (Tele5). En todas las cadenas también se señala que el superordenador se instalará en Cataluña.

Tanto en Tve1 como en A3, se recogen las declaraciones de Aznar al respecto y como éste relaciona (causalidad) el evento con la situación económica y política española. En Tve1 con un total: “la estabilidad es fundamental para hacer realidad proyectos científicos de vanguardia. España, hoy se puede permitir este centro nacional de computación y otros proyectos emblemáticos porque nuestro crecimiento económico es sólido, porque se crea empleo en nuestro país y porque hemos alcanzado, no solamente la estabilidad, sino el superávit presupuestario” (Tve1). En A3, en estilo indirecto: “Dice Aznar que este proyecto ha sido posible gracias a la estabilidad política y económica, que un gobierno sólido permitirá mantener” (A3). En Tele5, se apunta que se trata de un logro de su gobierno: “le quedan [a Aznar] pocos días como presidente pero no quiere marcharse sin dejar constancia de algunos de los logros de su gobierno” (Tele5).

En tres cadenas se enumeran las aplicaciones del ordenador: “Permitirá avanzar en la investigación de enfermedades como el Alzheimer. Respecto al medio ambiente se podrán hacer evaluaciones en tiempo real de catástrofes, o saber más sobre el cambio climático” (Tve1). “Ciencia molecular, el genoma, nuevas medicinas, nuevos materiales, economía experimental, las predicciones sobre el cambio climático, anticipaciones virtuales de experimentos que tardarían años en laboratorios” (La 2).

“Entre sus aplicaciones ayudará a los científicos a comprender el origen de enfermedades como el Alzheimer, y elaborar tratamientos a la carta... Con este ingenio se podrá incluso simular que ocurriría ante catástrofes naturales... También será un arma más para luchar contra la sequía, mejorar el diseño industrial, ahorrar costes o fabricar nuevos materiales” (A3). También se dice en Tve1 y A3 que no estará operativo hasta el primer trimestre de 2005, aunque en Tele5 señalan que será el “próximo verano”.

Nos fijamos a continuación en los usos lingüísticos. El total de Aznar en Tve1 personifica el nombre de “España” haciéndolo sujeto de una oración: “España, hoy se puede permitir este centro nacional de computación” (Tve1). Este uso también se produce en A3: “El pacto con la empresa IBM... permitirá que España se sitúe en la vanguardia de computación” (A3). En Tve1, Aznar utiliza el pronombre “nuestro” y una forma verbal en plural para hacer partícipe a todos los españoles: “porque *nuestro* crecimiento económico es sólido, porque se crea empleo en nuestro país y porque *hemos alcanzado*, no solamente la estabilidad, sino el superávit presupuestario” (Tve1). La periodista, en Tve1, también nos sorprende con la frase: “La supercomputación ya está en nuestras vidas aunque no nos demos cuenta” (Tve1). Para calificar hiperbólicamente al supercomputador, en La 2 se dice de él que es un “monstruo”: “un monstruo al que sólo podrían igualar 18.000 PCs trabajando juntos y su trabajo será ahorrar trabajo” (La 2). En A3,

al hablar de las excelencias de la máquina, se olvida señalar el sujeto de la oración: “Aseguran que lo que antes se hacía en 30 años, ahora estará en 60 minutos” (A3). No sabemos quién asegura eso.

Visualmente, el discurso empleado en las noticias de las cuatro cadenas es coherente con el texto lingüístico. En Tve1 se le da más preeminencia a la imagen de Aznar en una primera parte para después mostrar el aspecto de otro superordenador gemelo. En La 2 Aznar aparece durante un par de segundos y de medio lado. En A3, su imagen monopoliza la presentación desde el inicio de la noticia. Después el discurso sigue la línea de la palabra dicha. Cuando se inventaría los “poderes” del ordenador, la pantalla se llena de cables, teclados, luces, etc. En Tele5, Aznar también está en todos los planos excepto en uno muy corto que muestra la maqueta del superordenador.

Las fuentes de la noticia son el propio Aznar, el gabinete de prensa del gobierno (como veremos más tarde en el siguiente nivel) y expertos de física y supercomputación.

Nivel 2. Prácticas sociales y discursivas.

Las prácticas de producción de todas las noticias siguen un proceso parecido. El gabinete de prensa del gobierno convoca a los medios en La Moncloa para que sean testigos de la firma del acuerdo para que IBM instale en España el superordenador. Del acto completo, las cámaras de las distintas televisiones recogen las declaraciones de Aznar, la firma del acuerdo y planos de recurso de la escenificación (Aznar saludando a miembros de la Politécnica de Barcelona...). El gabinete también proporciona información escrita sobre las características del ordenador y quizás también un video de un ordenador gemelo como muestra. Con esta información, las diferentes cadenas elaboran su noticia. Todas, excepto La 2, se centran en la figura del presidente como protagonista que hace posible el evento (personalización). Tve1 es la única que incluye un total de Aznar, mientras que A3 intertextualiza sus palabras literalmente en la presentación de la noticia y Tele5 señala la adquisición como un logro de su gobierno. Por otra parte, tanto Tve1, La 2 y A3 recurren a totales de expertos como fuentes para la noticia. Tve1 recoge la opinión del director del Centro de supercomputación de Galicia, Javier García Tobío, que es también el que utiliza el periodista de La 2 para su noticia (en realidad, se trata del mismo total para las dos cadenas). A3 recoge la opinión de un doctor en Física, Andrés Gómez. Las noticias de Tve1 y A3 son noticias duras grabadas con sus locuciones en *off* envolviendo los *totales*. La 2 también está grabada pero soslaya la escenificación política y se centra en las cuestiones técnicas. Y la noticia de Tele 5 se construye como una cola con la voz en *off* del presentador y el video lanzado desde realización²⁰⁹. Además de la *personalización*, la otra práctica discursiva empleada es el principio de *objetividad* combinado con la *fragmentación*. Se recoge la noticia (en un minuto y medio) de la fuente oficial *objetivamente* y se presenta fragmentada del resto del conocimiento acerca del tema en cuestión (estado de la investigación en España, comparación con otros países, datos sobre la alfabetización tecnológica de la población, datos sobre el coste del acceso a la tecnología, etc.).

Una cuestión interesante a señalar tiene relación con la comparación de la cobertura informativa en Tve1 y La 2. En muy raras ocasiones, La 2 introduce en su agenda noticias políticas, a no ser que tengan un componente social, de entretenimiento, de curiosidad, en esencia, un enfoque blando. Si se incluye alguna, el tratamiento blando evita la imagen de los políticos, que queda reservada para las noticias de los telediarios de Tve1. En este caso, La 2 sí produce la noticia y, efectivamente, Aznar aparece en imagen pero sólo durante un par de segundos, mientras charla delante de la maqueta de la máquina. El examen de las prácticas discursivas se ocupa de la forma en que se produce la noticia teniendo en cuenta los medios utilizados y el público que la va a consumir. En este caso, “La 2 Noticias” constituye el espacio de infoentretenimiento que ofrece la cadena pública como alternativa a los telediarios de Tve1. Las dos ofertas suelen apuntar hacia públicos distintos, por lo que las formas de producción de una misma noticia resultan diferentes. Sin embargo, en casos como este, las dos piezas son casi calcadas. Utilizan los mismos *planos recurso*²¹⁰ (planos de un superordenador similar instalado en EEUU), utilizan el mismo total del experto, Javier García Tobío (“Haciendo simulaciones a través de ecuaciones matemáticas complejas...que se trituran los números en un superordenador, entonces se utilizan estos sistemas de ecuaciones para sustituir a esta actividad práctica de un laboratorio”), sólo cambian dos cosas: la voz en *off* del locutor (algo puramente formal) y la presencia de Aznar en Tve1. Éste actúa a modo de anfitrión de la noticia proporcionando la “lectura preferente” en clave de causalidad política, es decir, relaciona la

²⁰⁹ La noticia entra en el flujo del informativo en directo. El presentador está leyendo el teleprompter (aparato donde está el guión) y mientras lo lee, desde Realización se mete la señal de las imágenes grabadas del acto de presentación.

²¹⁰ En el lenguaje periodístico, los planos recurso son aquellos planos que recoge el cámara del evento y que normalmente se utilizan como comodines para rellenar los espacios de la locución en *off*, ya que el peso de la noticia está en lo que se dice.

adquisición del superordenador con la bonanza económica como logro de su legislatura: “La estabilidad es fundamental para hacer realidad proyectos científicos de vanguardia. España, hoy, se puede permitir este centro nacional de computación y otros proyectos emblemáticos porque nuestro crecimiento económico es sólido, porque se crea empleo en nuestro país y porque hemos alcanzado, no solamente la estabilidad, sino el superávit presupuestario”. Estas diferencias entre las dos versiones del mismo evento dicen poco en favor de los dos géneros que las enmarcan: la información y el infoentretenimiento. En realidad, estamos ante una sola noticia en la que la información no es crítica ni analítica puesto que, de hecho, no cuestiona el discurso oficial. Pero, además, el infoentretenimiento no resulta didáctico, entretenido o práctico porque es calcado a la noticia *nodriza* de la Tve1 y ésta sólo vocea un inventario de datos casi absurdos sobre la potencia tecnológica del aparato.

¿Dónde se incluye la noticia dentro del discurso de las diferentes cadenas? Todas las cadenas, excepto La 2, tienen un espacio reservado para las elecciones generales indicado con una cabecera al comienzo. En Tve1, este espacio incluye la campaña nacional y la andaluza. La noticia del superordenador se sitúa detrás de la campaña andaluza. En La 2 se enmarca bajo el rótulo de “La cifra”, una práctica habitual de este noticiario. En A3, se puede considerar que es la última noticia de la cabecera de “elecciones”, puesto que no existe ninguna separación con la anterior (una pieza sobre los políticos que se retiran). Aunque también es cierto que tampoco con la siguiente (una noticia de “internacional” sobre el nuevo presidente de Haití). En Tele5, figura como la primera noticia de la sección dedicada a las elecciones, bajo el rótulo de “La imagen”. Siendo la segunda, el anuncio *sorpresa* de Zapatero sobre la congelación del gasto militar si gana las elecciones.

Nivel 3. Análisis intertextual.

En cuanto a los discursos, encontramos el discurso político de Aznar y el discurso de la información sobre el área de la tecnología. El discurso del presidente es el de los logros de su gobierno durante la legislatura: La estabilidad económica y política del país ha permitido poder invertir en tecnología punta. Y esto seguirá siendo así si su gobierno sigue en el poder. Esgrimiendo como argumento el superávit de su mandato. Además, este discurso forma parte de uno más amplio sobre las nuevas estrategias de los expertos en comunicación de los partidos de lanzar este tipo de anuncios en mitad de la campaña electoral para que sean incluidos en los informativos televisivos. “Se trata de traducir el mensaje electoral y convertirlo en formato noticia. Para ello, la colaboración, interesada o no, de los medios de comunicación es fundamental. Si el medio es afín, o puede controlarse, facilitará ese proceso de conversión. Pero aunque no lo sea, estará obligado a recoger profesionalmente esa noticia. Teóricamente, el control es mucho menos fuerte en estos casos, pero el riesgo tampoco es grande porque, si se hace bien, se están generando noticias sobre asuntos de relevancia pública que nadie se atreve a tratar como propaganda²¹¹”. No es éste el único caso, el PSOE hace lo mismo con la congelación del gasto militar en Tele5. Sin embargo, el impacto de la noticia de Aznar es mayor por cuanto que aparece en todos los noticiarios. Por tanto estamos ante un discurso electoral que pretende introducirse en la agenda informativa de los medios de una manera oblicua. Esto no quiere decir que lo que aparece como logro político (el caso de Aznar con el superordenador) o como promesa electoral (el caso de Zapatero con la el gasto militar) sea sólo información propagandística. Como período de deliberación en la esfera pública, las elecciones marcan el momento en el que los partidos pueden exponer sus logros y promesas. Aunque también es cierto que las empresas de información tendrían que velar por los intereses de los ciudadanos e investigar las propuestas y anuncios de los partidos. Trataremos este aspecto en profundidad en el cuestionamiento de los discursos oficiales.

Además de los discursos mencionados, las noticias contienen el propio discurso informativo sobre la tecnología. Los periodistas apabullan con cifras que para el espectador medio no tienen sentido y sólo responden a la lógica de que previamente los políticos han apabullado con esas mismas cifras a los periodistas, que por falta de tiempo, recursos y por la *habitus* profesional, se tienen que conformar con trasladar la información a la televisión en un formato propio del medio.

Como géneros principales tenemos el acto ritual de la firma, el mitin y entrevistas a los expertos. El acto ritual de la firma del acuerdo en La Moncloa constituye una práctica social que da empaque al evento. Se realiza en un escenario “sagrado” en el que los periodistas tienen que seguir el protocolo que se les impone. El acto de esa firma es aprovechado por el político para introducir un mitin sobre las excelencias de la legislatura y su directa conexión con la adquisición del superordenador. Los periodistas complementan esta información con el género de la entrevista realizada a los expertos. Como vemos, la

²¹¹ Soledad Gallego-Díaz en El País, 27 de febrero de 2004.

trasgresión proviene de la mezcla de géneros. La comunicación política separaba la propaganda de la noticia, el mitin del ritual, pero su evolución tiende a confundir los límites durante la campaña electoral.

Nivel 4. Vías de participación y cuestionamiento del discurso oficial

Se le da voz a un experto en supercomputación para hablar desde el punto de vista tecnológico pero no para hacerlo desde el de la política en investigación y desarrollo. Tampoco se cuenta con el concurso de otros colectivos de la sociedad civil como asociaciones de internautas, por ejemplo.

Para enfocar el cuestionamiento de los discursos nos podemos preguntar, ¿es lícito presentar un logro del mandato durante la campaña electoral? Sí, de hecho, es lo normal. Lo que los periodistas tienen que comprobar es si verdaderamente es un logro o es sólo propaganda. Tienen que valorar a quién favorece más este anuncio, si a un partido político en elecciones o a la ciudadanía del país. ¿Es cierto que España está a la vanguardia de la computación, como se señala en A3? Se trata de examinar si ese es un logro aislado en una pobre política en el área de la investigación y el desarrollo o se trata del desarrollo de un programa a largo plazo. Por otra parte, es necesario contextualizar el asunto dentro de un marco presupuestario estatal. Comprobar qué dinero se dedica a este ordenador y calibrar su necesidad comparándolas con otras, por ejemplo, la alfabetización tecnológica de la población. “España, hoy se puede permitir este centro nacional de computación”, dice Aznar en su total. Pero esa afirmación agrupa a casi 45 millones de personas bajo una misma necesidad. ¿Qué España se puede permitir ese centro? Una de las cifras que se aporta en todas las noticias revela que la memoria y la capacidad de cálculo del superordenador equivale a la de 18.000 PCs juntos. Esta cifra hace pensar sobre las necesidades relativas de una sociedad cuyos ciudadanos tienen una de las tarifas de internet más caras de Europa y un número de conexiones por debajo de la media europea.

Comentario: Comprobar datos

Aspecto no tan urgente pero importante es el examen del proceso que lleva a ese acuerdo con IBM. ¿Qué actores sociales han solicitado este superordenador? ¿Por qué IBM y no otra? ¿En qué consiste el acuerdo? ¿Se trata tan solo de una compra o hay algo más? ¿Existen otras posibilidades de resolver la cuestión de otra forma? ¿Qué avances para el ciudadano medio tiene este acuerdo? Para contestar a estas preguntas, se pueden consultar otras fuentes, aparte del director del centro de computación de Galicia o un doctor en Física del que no sabemos nada. Todas estas son preguntas no respondidas en las diferentes noticias y que permiten a los expertos de comunicación de los partidos introducirse en la agenda mediática sin resistencia. En Tve1, la periodista comenta en el *off* que “La super-computación ya está en nuestras vidas, aunque no nos demos cuenta”. El problema es que seguiremos sin darnos cuenta si el periodismo televisivo se limita a lo que hemos visto en esta noticia.

Infoentretenimiento político (10/03/04) Elecciones Generales

Bajo este epígrafe, he incluido un grupo de noticias centradas en los aspectos anecdóticos (Mayor Oreja acorta su mitin por el fútbol (A3)), personales, emocionales y curiosos de la campaña electoral. Noticias con estructuras claras de relatos personales (“Los que se van” (A3), mitineros alternativos (Tele5), aniversarios personales (A3)) o asuntos de interés humano. En resumen, personalización en su máxima expresión. Aunque también recojo en esta colección, un caso de infoentretenimiento distinto que aún *sistema y mundo de la vida* en una sola noticia (el caso del concurso de Izquierda Unida (Tele5)).

En este apartado, las cadenas públicas se desmarcan de las privadas. Tve1 no produce infoentretenimiento electoral y sus noticias son “serias”. La 2 trata un tema duro (el supercomputador) con un tratamiento blando. Se trata de infoentretenimiento pero, aparte de haber sido tratado anteriormente, se diferencia del de A3 y Tele 5 en que en éstos tratan temas blandos (vida personal o anécdotas) con tratamientos blandos²¹² (a excepción del caso de Izquierda Unida que funciona aquí como contraste frente al infoentretenimiento de poca calidad).

Nivel 1. Análisis textual

Enmarcada con el rótulo de “la anécdota”, la noticia de A3 relata en 55 palabras el cumpleaños de Labordeta. Se le retrata como un personaje pintoresco y diletante.

²¹² Se puede decir de otra forma: se tratan asuntos del mundo de la vida con estrategias del mundo de la vida.

“Hace años popularizó el canto a la libertad. Después se echó la mochila al hombro para recorrer España de punta a punta. En el 2000 llegó al Congreso de los Diputados. Hoy, José Antonio Labordeta, celebraba su 69 cumpleaños. Lo ha hecho con un deseo, que la Chunta Aragonesista alcance los dos o tres escaños” (A3).

El relato tiene estructura de narración biográfica que señala los hitos de su vida que resultan conocidos del gran público: “popularizó el canto a la libertad”, “se echó la mochila al hombro” (expresión coloquial), “llegó al Congreso de los Diputados”. Y hasta ahora, que cumple 69 años.

Visualmente se aprecia a Labordeta entre simpatizantes que aplauden cuando sopla las velas. Se le ve comiendo en un primer plano una tarta que ha sido enfocada un poco antes y muestra lo que parece ser el cartel electoral de la Chunta.

Encadenada con esa noticia y separada sólo por una cortinilla que sirve de transición, vemos “La imagen” del día para Antena 3. En planos medios y generales se pueden distinguir las figuras de Rajoy y Zapatero saludando a gente y despidiendo los mítines que han dado. Mientras el presentador comenta: “Estampida en los mítines de los grandes partidos. Hoy acaban antes porque hay prisa, hay que llegar a tiempo de ver otro partido, el de la Liga de Campeones” (A3). Se trata de una noticia blanda anecdótica que utiliza términos coloquiales como “estampida” para hablar del abandono de los mítines para ir a ver el fútbol, “porque hay prisa”, o el juego de palabras con el término “partido”. Esta cola se engancha con un total, sin transiciones, de Mayor Oreja: “Yo quiero decir que me han dicho que de todos los compromisos electorales, el más importante hoy es que yo sea muy corto, porque luego tenemos todos un partido de fútbol Real Madrid-Bayern de Munich. Y... (Risas). Y tenéis que llegar a tiempo los futboleros. Y he de decir que aunque no sea el Alavés, que gane el Real Madrid” (A3).

“Los que se van” encuadra una pieza dos protagonistas principales (Aznar y González, que dejan el Congreso como diputados) y otros secundarios (Frutos, Serra y Álvarez Cascos). En la introducción de plató se señala el relevo de caras en el Congreso y la despedida de los dos últimos presidentes: “Las próximas elecciones van a traer un relevo de caras en el parlamento. Muchos de los escaños serán ocupados por nuevas caras debutantes en la política. Otros que llevan décadas de actividad pública dicen adiós, incluidos los presidentes del gobierno de las últimas dos décadas”. El relato posterior incluye dos *totales históricos*, la despedida de Aznar del Congreso en diciembre de 2003: “Pongo fin a veinte años de presencia en esta cámara. Ha sido un honor ser miembro de esta cámara durante muchos años” (A3), y la jura del cargo de presidente por parte de Felipe González en 1982: “Prometo por mi conciencia y honor cumplir fielmente las obligaciones del cargo de presidente del gobierno” (A3).

Aparte de los dos *totales*, el discurso visual muestra a los diputados nombrados en los pasillos o los aledaños del Congreso o en sus escaños. Finalmente la pieza cierra con las imágenes del *relevo* en 1996 de González al frente de la presidencia y el saludo entre éste y Aznar en el escaño del último. También se comenta en el texto lingüístico los cargos que han desempeñado los diputados Serra, Frutos y Cascos.

Tele 5 cierra su bloque electoral con dos piezas: una dedicada a un veterano de la política (Alfonso Guerra) y a un novato (Miguel Sebastián), la otra a un concurso organizado por IU.

En la primera, el presentador en plató introduce la información señalando que existen otros *mitineros* aparte de Zapatero y Rajoy: “hablamos todo el tiempo de Rajoy y Zapatero pero está claro que no son ellos los únicos que se reúnen con sus posibles votantes. Los hay dentro del PSOE, por ejemplo, con mucha antigüedad y mucha experiencia y otros totalmente novatos” (Tele5). Eso da paso al VTR²¹³ que tiene como motor dramático la comparación entre dos estilos de mitin, el espectacular y populista de un veterano frente al serio y elitista de un novato. Como ejemplo del primero el periodista cita a Guerra del que dice que es “agudo, irónico y punzante”, “toca sin pudor todos los palos de la baraja”, “el lenguaje gestual lo utiliza como arma”, “defrauda en muy pocas ocasiones” y “tiene su público”, para dar paso a continuación a cuatro *totales*: “No, no les puedo dar caña, es que me lo tiene prohibido el médico. El médico de Rajoy” (Tele5), “Llevan 14 años caminando hacia el centro, ¿de dónde venía esta gente? Catorce años “yendo pal” centro” (Tele5), “Al Mariano le han dao el oscar, el señor de los hilillos... once oscar le han dao” (Tele5), “Éste... el que tenemos todavía aquí que se va [haciendo un gesto referido a Aznar]” (Tele5). Esta presentación del personaje es contrastada con la de Miguel Sebastián del que se señala que “es primerizo en estas lides y algo más comedido” (Tele5). No se comprende muy bien el comentario que el redactor hace de un gesto de Sebastián: “Y cuando puede también mete el dedo en la

²¹³ Un VTR (Video Tape Recorder) es una pieza que contiene secuencias de imágenes grabadas comentadas con un off y en las que se insertan *soundbites*.

llaga y fíjense lo enfatiza con su cuerpo. Ataca y se levanta” (Tele5). La pieza se cierra con la conclusión: “Son diferentes formas de llamar la atención y de captar el voto. Guerra se mueve entre banderines y aplausos, Sebastián, en círculos pequeños se desliza entre números” (Tele5).

La noticia sobre IU presenta un relato en el que la formación ha ideado un concurso para “hacerse un hueco en la campaña y para denunciar lo que consideran precariedad del mercado de trabajo” (Tele5). Tras esa presentación desde plató, la noticia grabada explica el funcionamiento del concurso. Esta parte incluye los totales con los casos más estruendosos de precariedad laboral. Se finaliza la pieza mencionando los premios que recibirán los ganadores. La noticia incluye una enumeración de los abusos y las categorías a las que optan los concursantes: premio “Volver a empezar” a la persona que más contratos ha encadenado en una misma empresa” (Tele5) y premio “Para un rato” concedido “al contrato más corto”, dentro del concurso “Cuéntame cómo pasó”. El periodista también prepara al espectador para oír los casos extremos: “Su capacidad de asombro [del jurado del premio] se ha visto desbordada” (Tele5). También hace un manido juego de palabras: “Se lo han tomado con sentido del humor pero lo que quieren denunciar no tiene ninguna gracia” (Tele5).

Visualmente transcurre en la sede de IU en Madrid con imágenes de dos afiliados, militantes o simpatizantes que están frente al ordenador comentando los casos encontrados.

Nivel 2. Prácticas sociales y discursivas.

Considerando el flujo informativo, las piezas de infoentretenimiento dentro del bloque de elecciones preceden y siguen a las noticias duras (que cubren los mítines), tanto en A3 como en Tele 5. En A3, por ejemplo, se abre el bloque con “la anécdota”, “la imagen” y “la frase”. Tras estas piezas las noticias serias. Y se cierra con “Los que se van”. Por su parte, Tele5 abre el bloque electoral con “la imagen” (que trata sobre el superordenador) y cierra con “el reportaje” y el concurso de IU, dejando en mitad un apartado para la crónica dura. Esta práctica discursiva llevada a cabo en las cadenas privadas considera que las noticias blandas funcionan como envoltorio para aquellas otras que tocan temas más duros. En la noticia sobre el cumpleaños de Labordeta, es factible que el propio partido convoque a los periodistas para conseguir cobertura en los informativos gracias a mostrar la imagen humana del candidato. Para producir la pieza sobre la despedida de los veteranos se utilizan únicamente imágenes de archivo con una voz en *off* que comenta esos fragmentos montados. “La anécdota” se construye como una cola en la que el total de Mayor Oreja sirve como colofón. Mientras que la noticia de Tele 5 sobre Guerra y Sebastián, “el reportaje”, está montada como una *noticia dura* con sus fragmentos en los que se alternan imágenes de la gente asistente a los mítines con las de los dos protagonistas, al tiempo que se señala en *off* las características de cada uno. Todos estos ejemplos pueden considerarse en su producción noticias personalizadas cuyos *totales* no están directamente hechos para la noticia, es decir, sus protagonistas no están mirando a la cámara como en una entrevista sino que se trata de fragmentos que se recogen de los mítines, de los archivos o de celebraciones como el cumpleaños de Labordeta. Sólo en la noticia de IU, el *total* está realizado mirando a la cámara. Excepto esta noticia, todas las demás forman parte de las historias anecdóticas que no tienen continuación más allá de este fragmento. Son relatos aislados, personalizados, entretenidos. La de IU es la única noticia del infoentretenimiento que no centra su atención en los protagonistas oficiales de los diferentes partidos. También se diferencia en que abandona los escenarios clásicos donde se desarrolla la campaña electoral (polideportivos, palacios de congresos...). Por su parte, la noticia que figura como “reportaje” en Tele5 se limita a reflejar la escenificación humorística que lleva a cabo Guerra en sus mítines. De hecho, esa teatralización ya es infoentretenimiento político sobre un escenario sin la necesidad de unas cámaras. Se puede decir que el trabajo ya está hecho por el político. El periodista lo enmarca en una pieza clásica de relleno en la que se muestra el contraste entre los estilos en los mítines.

También hay que destacar el papel que como acontecimiento mediático juega el fútbol que constituye “la anécdota” de A3. Los políticos saben que los eventos que organizan no pueden competir con el fútbol y algunos, como Mayor Oreja, intentan ganarse al público señalando la importancia de que su mitin sea corto para que de tiempo a ver el fútbol. Esta resignación constituye para A3 el rasgo amable del político que *empatiza* con su público.

Nivel 3. Análisis intertextual.

Discursivamente, los políticos lanzan mensajes blandos que son aprovechados por los periodistas para envolver los bloques dedicados a las elecciones. Estos discursos presentan la cara amable y curiosa de la política, pero implícitamente en ellos está la idea de que la política es aburrida y necesita de espectáculo. Ese discurso está apoyado en un concepto restringido de los asuntos públicos por parte de los periodistas, que se limitan a reflejar cómo las fuentes oficiales opinan y propagan sus mensajes. Es un discurso

unidireccional, de las fuentes a los espectadores, del escenario al patio de butacas, del plató al salón de casa. El discurso mediático asume que la esfera pública en época electoral sólo pertenece a los partidos políticos pero al mismo tiempo reconoce que la falta de acceso de otros actores se traduce en aburrimiento y ritual, con lo que necesita recurrir a la espectacularización artificial de los eventos y a al tratamiento blando, en general, de las noticias. Se trata de un discurso reactivo, en el sentido de que no existe iniciativa periodística sino únicamente captación del momento anecdótico que poco tiene que ver con la importancia de los asuntos tratados. Por otro lado, las prácticas discursivas puestas en juego carecen de imaginación para abordar un infoentretenimiento que vaya más allá de las historias personales o de las anécdotas curiosas. Existe una forma de hacer infoentretenimiento que está extendida y repetida en todas las cadenas, que responde a unas rutinas muy limitadas y a un discurso periodístico pasivo. Un discurso personalizado en las figuras de los políticos. Por ejemplo, Antena 3 incluye la cara humana, ablandando su discurso. Labordeta sopla las velas y Mayor Oreja dice que va a terminar antes para que todos vean el partido del Real Madrid. Opta así por un discurso sobre la política que sea episódico, dejando los aspectos temáticos, que son más costosos de explicar.

Ese discurso que sigue unas rutinas está asociado a unos géneros. Uno de los rasgos que distingue este tipo de noticias es que, a pesar de haber sido producidas en cadenas diferentes, son enmarcadas todas (excepto la de IU) con rótulos del tipo de “La anécdota”, “la frase”, “la imagen”, etc. Esto, que es muy común en un informativo como La 2 Noticias y en la infosatira, es menos común en el resto de noticiarios pero revela que pertenecen todas al género que Barthes denominaba para la prensa “fait divers” o noticias de relleno. Las fait divers se parecen a las historias de interés humano “que no necesitan remitirse a una situación extensiva más allá de sí mismas”, es decir, que no necesitan de un contexto y un seguimiento para ser contadas. En palabras de Barthes son relatos de discontinuidad relacionados con la sorpresa, la coincidencia y lo ilógico.

La noticia sobre Alfonso Guerra intertextualiza el género del monólogo cómico resaltando sus aspectos mordaces. La pieza contiene chistes sueltos que reunidos toman forma información blanda humorística. Se trata de un espectáculo en el que el público ríe las gracias del cómico en escena. Este estilo se contrasta con el de otro político, del que se escoge un gesto aislado y sacado de contexto, para presentarlo como un espécimen distinto de la política: “Y cuando puede también mete el dedo en la llaga y fíjense lo enfatiza con su cuerpo. Ataca y se levanta” (Tele5). En este sentido, la información parece parodiar los documentales sobre el mundo animal. Tele5 encuadra esta noticia blanda bajo la etiqueta de “reportaje”. Si bien las otras noticias se encabezan con rótulos (“la frase”, “la anécdota”) que sitúan al espectador ante un género reconocido (la noticia blanda), Tele5 confunde al público señalando que esto es un reportaje.

IU presenta el género del concurso parodiado para conseguir acceso mediático. La noticia mezcla el aspecto duro de la precariedad laboral con la banalidad de un concurso y los nombres de películas (“Volver a empezar”) o series (“Cuéntame como paso”). Su propuesta mezcla de forma transgresora los límites de géneros duros (una noticia política de calado) con los blandos (el concurso televisivo, la serie de ficción...).

Nivel 4. Vías de participación y cuestionamiento del discurso oficial

Las vías de participación del público en estas noticias están limitadas a su presentación como espectadores de los mítines. Una masa anónima que aprueba con el aplauso complaciente los discursos del líder. En la de IU se le da cobertura a casos de precariedad laboral, pero únicamente aparecen como nombres anónimos con contratos basura. El acceso, por tanto, es nulo y la cobertura muy limitada (sólo algo en la noticia de IU).

Las iniciativas que toman los periodistas en Tele5 para hablar sobre la campaña no tienen que ver con la explicación de los programas o de las distintas políticas que podrían desarrollar los partidos o el cuestionamiento de esas políticas. Tienen que ver con centrar la información en personajes que “dan espectáculo” como por ejemplo Alfonso Guerra, que cuenta chistes en los mítines.

La noticia de IU consigue conectar *sistema* y *mundo de la vida*. El empleo precario un tema de la agenda de IU, mientras que los concursos y las series pertenecen a los géneros de la memoria colectiva televisiva. Pero esto no podemos apuntarlo en el haber de los periodistas, aunque es cierto que al menos recogen una propuesta diferente.

Se le da voz al representante de IU para que denuncie la precariedad laboral pero en vez de centrarse en aspectos como el de las soluciones, qué se puede hacer, cómo está la ley, etc., el *off* habla de los casos encontrados, casos para llevarse las manos a la cabeza, para producir asombro y compadecerse, que parece ser lo único que se puede hacer.

Comentario: Falta por hacer aquí: el análisis de la noticia de debate del día de elecciones a la Unión Europea, que es la única que tenemos ese día (hay un par de ellas de mítines pero son despreciables)

2. La campaña electoral 2004 en la infosatira

Zapping: “Aterrizo como puedas” (El Guiñol, C+)

Zapatero y Caldera pilotan la nave del partido socialista pero parece que tienen problemas. Se trata de unas turbulencias provocadas por el discurso que mantiene Carod Rovira y la explotación que del mismo hace constantemente el Partido Popular

Nivel 1. Análisis textual.

La narración se estructura en torno a un diálogo entre piloto y copiloto de una aeronave en mitad de una situación de crisis. Las identidades están claras, el piloto del avión es el secretario general del PSOE, Rodríguez Zapatero, mientras que su copiloto es un miembro de la Ejecutiva socialista, Jesús Caldera. En mitad de la situación aparece un tercer personaje, Felipe González. También se nombran otras dos identidades: la de Carod Rovira, en ese momento primer consejero del Gobierno tripartito catalán (PSOE-ERC-Iniciativa) y la del Partido Popular. Zapatero y Caldera van vestidos con el atuendo propio de las tripulaciones de vuelo, mientras que González lleva un traje corriente. Estos son los principales personajes de una situación que se presenta como una crisis en mitad de un vuelo aéreo. Una situación de sobras conocida por el gran público a través de las películas, sobre todo, de desastres aéreos que se pusieron de moda en los 70. Visualmente, la cámara tiembla para dar la impresión de desequilibrio del avión. Unas luces rojas se encienden y el sonido de las alarmas acompaña los encuadres tambaleantes. Desde el primer momento, asistimos a una situación de aprieto en mitad de un vuelo. Zapatero define el problema: “Estamos en zona de turbulencias y nos ataca el PP en pleno, Jesús”. Acompaña al discurso visual un rótulo en la esquina superior izquierda que anuncia el marco genérico de la narración: “aterrijo como puedas”. Los pilotos están en mitad de una crisis cuando se aproximan a la pista de aterrizaje. El copiloto aporta la causa del problema: Carod Rovira. Un tercer personaje, González, abriéndose camino a través de la cortina que se abre al fondo de la escena, alimenta la sensación de peligro, enfatizando el problema en el que están todos inmersos: “Luces rojas, se han encendido las luces rojas, es que sólo yo las veo. ¿No las veis? Luces rojas”. Hay un intercambio de frases entre Zapatero y González en el segundo le achaca a Zapatero que no advierta el peligro. Éste replica que a él le ocurrió lo mismo cuando gobernaba. La última parte de la narración incluye el clímax, avisado por el copiloto: “Jefe, nos han dao”. Un clímax que es rápidamente distanciado por la respuesta de Zapatero que con resignación exclama: “¿Quién, los nuestros o los otros?”. La finalización corre de cuenta del piloto que viene a resumir la narración con un deseo: “A ver si se acaban los caballitos, ¡qué largo se hace este viaje!”. El tono de toda la pieza es coloquial. Zapatero llama a Caldera por su nombre y éste se dirige a él como “Jefe”. Expresiones como “ir a tomar por saco” o “¿te crees que somos tontos?” delatan la forma popular del lenguaje utilizado por los protagonistas que se aleja mucho del de los discursos oficiales.

Nivel 2. Prácticas sociales y discursivas

La pieza está sacada de “Las noticias de El Guiñol” e insertada en el discurso de “Pecado Original” como un zapeo, es decir, sin un contexto explicativo. La precede una pieza dedicada al personaje de “Españolator²¹⁴” y va seguida de un fragmento que muestra parte de una entrevista realizada a Zapatero dentro del avión que lo lleva en campaña electoral.

La producción del texto se apoya en la parodia de una conocida película, que a su vez fue otra parodia: “Aterrijo como puedas”. Esta película realizada en los 80 se mofaba de un subgénero que se puso de moda en los 70: las películas de desastres aéreos. Como todo género, el de desastres aéreos contaba con una serie de convenciones genéricas que después fueron explotadas en tono humorístico. En este caso se aprovecha esta película como plataforma para satirizar una situación política. Lo que Hutcheon llama *sátira paródica*. Se homenajea el texto imitado, que sirve como guiño a los espectadores, para construir un discurso mordaz sobre la situación de la Ejecutiva socialista en la recta final de las elecciones generales de 2004. Cada detalle de la puesta en escena de la pieza remite a aspectos del texto modelo, “Aterrijo como puedas”, estableciendo así una correspondencia de significados que se puede seguir si se conocen las condiciones del texto parodiado y su parodia.

Para comprender esta noticia se necesitan datos de contexto como los siguientes. La nave socialista va comandada por Zapatero y Caldera. El pacto que el PSOE mantiene en Cataluña con ERC (Izquierda Republicana de Cataluña) y las noticias vertidas en prensa sobre las actuaciones de su líder Carod Rovira,

²¹⁴ Españolator es un personaje habitual de Pecado Original que imita las poses de un ultraderechista español.

respecto a un supuesto pacto con ETA limitado a Cataluña, han comprometido la imagen y la proyección electoral de los socialistas. El pacto puede pasar factura en las elecciones generales y provocar un aterrizaje desastroso. Por otra parte, el flanco débil que presenta el partido respecto a su alianza con ERC está siendo explotado por el PP de cara a las elecciones. Dentro del mismo partido se alzan voces contra ese pacto, principalmente de los barones²¹⁵. La sombra del pasado también tiene su particular protagonismo en la escena con la aparición de Felipe González en mitad de la crisis alertando sobre la situación. Esto en cuanto a la cuestión política. La parte expresiva exige conocer, al menos por encima, el argumento de “Aterrizaje como puedas”. Ese texto modelo se estructura en torno a la peripecia de un piloto retirado que tiene que enfrentarse de nuevo a sus fantasmas personales y salvar a los pasajeros de un avión de una muerte segura (de paso salvarse a sí mismo). Todo desde un punto de vista distanciado, parodiando la figura del héroe clásico. El esquema se solapa con la historia de la nueva Ejecutiva socialista. El PSOE emprende un viaje con destino final en las elecciones, con un nuevo piloto al mando, un inexperimentado líder que recibe ataques desde todos los lados puesto que su poder no está aún consolidado.

En concreto, la escena parodiada es la del desenlace de la película, cuando la tripulación pretende llevar a buen término el aterrizaje con todas las circunstancias en contra y con un personaje (Leslie Nielsen-Felipe González) que aparece en mitad de la crisis para señalar lo obvio, que están a punto de estrellarse.

Para llevar adelante la producción se recurre a la *personalización*, a la *dramatización* y al *distanciamiento* como prácticas discursivas esenciales. El distanciamiento es claro en la forma en que los personajes manejan la situación. Todo está en contra pero ellos, sobre todo Zapatero, se resigna con frases de un observador al que no parece afectar la situación. Ese distanciamiento, unido al guiño producto de la parodia fílmica de “Aterrizaje como puedas” constituyen los principales argumentos para captar y ganar la complicidad del espectador.

Nivel 3. Análisis intertextual.

El discurso principal señala cómo en las esferas de poder político los enemigos más peligrosos pueden estar en el propio partido. Esto lo hace a través del golpe de efecto del diálogo que sirve también para distanciar a los personajes de la situación que atraviesan (cuando la el copiloto advierte al piloto que han sido alcanzados y éste le replica “¿quién, los nuestros o los otros?”). Implícito va el significado de la difícil consolidación de un proyecto nuevo mezclado con el doble lenguaje (público y privado) que utilizan los políticos en el sentido en que Hobsbawm hablaba de la sátira²¹⁶ (en privado no dudan en mandar “a tomar por saco” a quien está siendo un lastre para sus aspiraciones).

En cuanto a los géneros, hemos señalado la intertextualización del género fílmico de la parodia del género de los accidentes aéreos. Por otra parte, la crónica política un partido político que se acerca a unas elecciones generales está presente en la narración.

Nivel 4. Vías de participación y cuestionamiento de los discursos hegemónicos

Las vías de participación de la sociedad civil en esta pieza son nulas en cuanto que la principal cuestión tratada son los conflictos internos y externos de los partidos y sus personalidades. Políticamente, para alguien que participe de primera mano en la cuestión es fácil seguir la historia pero no se invita de la misma forma a quien no está iniciado, puesto que en pocas frases hay muchos relatos y argumentos mezclados. La participación directa es nula, la indirecta, sólo para los iniciados, que conocen el contexto.

²¹⁵ Se conoce con ese nombre a los dirigentes de las Comunidades Autónomas donde lleva gobernando el PSOE durante varias legislaturas, en concreto, Ibarra en Extremadura, Bono en Castilla La Mancha y Chaves en Andalucía.

²¹⁶ “En lo sucesivo, cuando los hombres que gobernaban querían decir lo que realmente pensaban tenían que hacerlo en la oscuridad de los pasillos del poder, en los clubes, en las reuniones sociales privadas, durante las partidas de caza o durante los fines de semana de las casas de campo donde los miembros de la elite encontraban o se reunían en una atmósfera muy diferente de la de los falsos enfrentamientos de los debates parlamentarios o los mítines públicos. Así, la era de la democratización se convirtió en la era de la hipocresía política, o más bien de la duplicidad, y, por tanto, de la sátira política” (Hobsbawm, 1989).

La idea central es que la unidad interna de los partidos políticos es ilusoria, sobre todo en épocas de transición. Esto no tiene mucho de cuestionamiento en cuanto que la gente que sigue la política sospecha esta cuestión y no le sorprende. Es cierto que la forma de presentarlo resulta original y transgrede los límites de los géneros, como suele hacer el Guñol, mezclando la narración fílmica con el discurso y la crónica política. Esto produce distanciamiento respecto a la práctica política habitual y en ese sentido, la mezcla de géneros populares con la política oficial, promueve cierta participación del espectador, que reconoce géneros.

Infoentretenimiento: Zapping, Tele 5-C+: el aspecto humano de los candidatos

He decidido analizar en un mismo apartado estas dos piezas porque creo que presentan caracteres parecidos en su encuadre. Pecado Original incluye en su discurso del día de campaña escogido un par de zapeos sobre la dimensión humana de los políticos o, si se quiere, sobre el político en la intimidad haciendo predicciones que suenan a confesión o acercándose a saludar a unas ancianas en tono amistoso.

Nivel 1. Análisis textual

En el caso del candidato del PSOE, el zapeo muestra un encuentro privado con Zapatero en el avión que lo traslada en la campaña. Es un encuentro cercano en el que el secretario general del PSOE cuenta en tono premonitorio que está convencido que ganará las elecciones y que tuvo la misma sensación la vez que fue elegido Secretario General del partido en el Congreso Federal.

El fragmento está enmarcado por la periodista, que con la primera frase narra el carácter íntimo de la confesión *off the record*. “Una vez a bordo, relajado, nos confiesa que tiene el mismo presentimiento que antes de ganar el 35 congreso del PSOE”.

“Una vez a bordo, relajado” viene a expresar la idea del refugio de la luz pública, en el que el político se muestra como es, al lado de su mujer, hablando a corta distancia, cara a cara con la periodista y expresando opiniones que tienen componentes sentimentales en los que se mezcla el deseo personal y la premonición. Esto acerca el personaje a la gente común que también tiene corazonadas: “Cuando quedaban tres o cuatro días para aquel Congreso, en fin, no era yo el favorito, era incluso una hipótesis bastante difícil. Y yo tenía la sensación de que iba a ganar. Tenía esa sensación y ahora tengo la misma sensación”. La periodista insiste en el carácter único de la revelación del candidato que “se atreve, incluso, a hacer un pronóstico del resultado del domingo”. El plano de la introducción de la pieza está ligeramente picado e incluye a Zapatero, a su mujer y a la periodista en disposición triangular. Un siguiente plano está más cerrado y recoge desde abajo la confesión de Zapatero. También se inserta un plano de sus manos, recurso expresivo clásico de las entrevistas, que antecede al pronóstico que hace después, en una toma que se cierra aún más y recoge sólo la cara del candidato.

Por su parte, en el caso de Rajoy, la situación parece más espontánea que la mostrada para Zapatero. Unas señoras mayores están cerca del corrillo donde Rajoy habla con sus colaboradores. Una de las señoras se dirige a él: “Señor Rajoy, no nos dejan acercarnos a usted”, con una vocecita casi inapreciable. Enseguida Rajoy se aproxima hasta las mujeres y las besa en la mejilla, mientras una de ellas asegura que es “el mejor encuentro de hoy”, a lo que Rajoy replica, “el mío, el mejor encuentro el mío, muy bien, pues encantado, mucho gusto”. Los encuadres visuales toman el punto de vista de las señoras que están un poco a la izquierda de la cámara, mientras que Rajoy está un poco más alejado. La sonrisa entrecortada de Rajoy cuando responde a las señoras resulta un tanto forzada y puede parecer de todo menos espontánea.

Nivel 2. Prácticas sociales y discursivas

Las dos piezas analizadas son intertextos procedentes de Tele5 en el caso de Zapatero y de C+ en el de Rajoy. El primero está extraído de una entrevista realizada a Zapatero para el informativo de las 14:30, donde aparece como una *noticia blanda*. En vez de citar la pieza completa, Pecado Original se limita a escoger los *totales* del protagonista y una pequeña introducción para situarnos. En el caso de Rajoy, el fragmento está sacado de un documental que lleva por título “Candidato Rajoy”. Los dos tienen incluidos en el bloque de política de Pecado Original. Ambos tienen características similares pues lo que tratan los periodistas es recoger a los políticos en contextos diferentes a los habituales y/o haciendo declaraciones que muestren una imagen distinta. Buscando en los dos casos mezclar la información y el entretenimiento con historias de interés humano en las que los protagonistas resultan *humanizados* por las cámaras. Ninguna de las dos recurre al humor sino a guiones sociales cotidianos que todo el mundo reconoce, como son la corazonada de alguien o el saludo cariñoso de un conocido. Los contextos en

donde se producen coadyuvan al objetivo pretendido. Ambos resultan ser espacios íntimos en los que el político está protegido por el séquito de colaboradores que lo acompaña. En el caso de Zapatero, se permite el acceso al interior del avión en un bis a bis con la periodista. Mientras que Rajoy está en un espacio abierto pero rodeado de personas que impiden a dos mujeres acercarse a él. Los dos parecen romper los protocolos que los separan de la gente, las burbujas que los aíslan para tomar contacto con el pueblo de forma espontánea.

Más en el caso de Rajoy, la cámara parece captar un momento no estudiado, mientras que Zapatero abre su corazón a los espectadores para contar sus más íntimas premoniciones, como alguien que sueña con los números de la lotería.

Nivel 3. Análisis intertextual.

Existen dos clases de discurso en estas piezas de infoentretenimiento. Por una parte, está el discurso de los políticos que pretenden mostrar una cara amable y cercana a la gente corriente. Forma parte de su estrategia de imagen que interacciona con el discurso televisivo que quiere construir un discurso entretenido, anecdótico, humano, emocional, espontáneo. La televisión trata de construir una ficción: la televisión es capaz de saltar la barrera que separa a los políticos del pueblo y mostrar cómo se comportan en la intimidad. Los políticos conocen esa tendencia del medio y la aprovechan para escenificar la apertura del flujo de información, pero de una información basada en la emoción.

Los géneros implicados son el documental, la entrevista íntima y la noticia blanda. En la noticia de Rajoy, estamos ante un documental "Candidato Rajoy" (emitido en C+), que recoge la vida personal del político. En la de Zapatero tenemos la entrevista íntima incluida en una noticia blanda. En cualquier caso ambos textos no están contextualizados en Pecado Original.

Nivel 4. Vías de participación y cuestionamiento del discurso oficial

Ambos textos invitan a los espectadores a entrar en la vida personal de los candidatos, pero, como personal que es, los aspectos reflejados son emocionales y presentan comportamientos individuales que, en todo caso, están fabricados de cara a la cámara. Ninguna cuestión pública que pueda dilucidarse de las conductas y declaraciones de los dos protagonistas de estas dos piezas. Tampoco hay rastro de la participación de la sociedad civil en esta clase de infoentretenimiento.

En cuanto al cuestionamiento del discurso oficial nada que decir puesto que este infoentretenimiento forma parte del discurso oficial de los políticos en su interacción con los medios.

Ana y los mil (Tele 5, Pecado Original)

Nivel 1. Análisis textual

El texto está estructurado como una noticia blanda en la que el periodista va apuntando aspectos extraídos de un mitin de Ana Botella durante la campaña electoral centrado en la política de inmigración y la violencia de género. La introducción del periodista recurre a la retórica publicitaria invitando al espectador a la "tierra de las oportunidades. El lugar donde los inmigrantes pueden hacer sus sueños realidad". Las imágenes de un parque de atracciones seguida de una plaza de toros dan paso al primer total de Ana Botella en un estrado en mitad del un mitin con las siglas del PP de fondo: "Va a haber más denuncias, yo estoy segura, en el futuro. Porque no nos podemos olvidar que esa población inmigrante, que es una riqueza para nuestro país...". Este acceso es comentado por el periodista con la siguiente ironía: "Se referirá Anita a la pasta que dicen que saca la Guardia Civil vendiendo los motores de las pateras. Pero perdona que te interrumpa, qué pasa con esos inmigrantes". El redactor simula una conversación en la que Ana Botella responde con otro *total*: "Aquí se van a dar cuenta, de que, por ejemplo, pueden denunciar los malos tratos". El redactor sigue puntuando el discurso de la concejala de asuntos sociales: "No, si por denunciar, las españolas también denuncian. Por eso, tenemos el mayor índice de malos tratos de toda Europa. Pero ¡qué bien!, ahora, gracias a los inmigrantes, vamos a aumentarlo. ¡Yupi!, a lo mejor así se encuentra una solución de una vez". A este comentario sigue otro *total* de Botella: "se está demostrando que las normativas que se están aplicando en los últimos, ehm, ehm". Esta dubitación se enfatiza con una repetición del plano en el que se produce y el consiguiente comentario del redactor: "No pasa nada, mujer, si no se te ocurre nada, déjalo". Por última vez en el texto, la protagonista interviene: "Quería hacer una última referencia a los malos tratos". Y el periodista cierra la pieza controlando el ficticio diálogo: "No, por favor, por hoy hemos tenido suficiente. En fin,

parafraseando al amiguito de tu marido, el futuro será mejor mañana”. Y mientras dice eso las imágenes de Aznar con Bush en la Casa Blanca dejan claro la referencia apuntada.

Al lenguaje oficial del mitin público, el periodista replica con expresiones coloquiales. La pragmática impersonal del discurso político es sustituida en las intervenciones del redactor con apelaciones al público y a la propia Ana Botella, a la que se dirige en un tono familiar y cercano: “No, por favor, por hoy hemos tenido suficiente. En fin, parafraseando al amiguito de tu marido, el futuro será mejor mañana”. En oposición a las imágenes de Botella rodeada de gente que sonrío y flashes de cámaras que se disparan, el discurso visual añadido presenta inmigrantes recogidos por una patrullera de la Guardia Civil, inmigrantes en colas para obtener los *papeles*, mujeres de espaldas a la cámara dando testimonio del maltrato a que fueron sometidas.

Nivel 2. Prácticas sociales y discursivas

Para realizar esta pieza se reciclan los *totales* recogidos por agencias de noticias o por los mismos periodistas de los informativos de Tele5. Todo ello se envuelve en un discurso visual que va marcado por la locución del periodista que se limita a deconstruir el discurso expuesto en los *totales* de Ana Botella para concluir con una tautología dicha por Bush: “El futuro será mejor mañana”.

Nivel 3. Análisis intertextual.

El discurso sobre la inmigración de Ana Botella es el discurso políticamente correcto de la derecha: “Pueden venir porque van a trabajar para nosotros en trabajos que nosotros no queremos”, expresado de una manera retórica: “Porque no nos podemos olvidar que esa población inmigrante, que es una riqueza para nuestro país”. Por otra parte conecta esto con la idea de que aprenderán lo que es la igualdad de sexos en un país que respeta esa igualdad. Es un discurso fácil de deconstruir porque esa situación idílica que presenta la concejala está desmentida por los casos que día a día salen a la luz. El periodista considera hipócrita que el PP identifique a los inmigrantes con una riqueza y lo deja claro: “Se referirá Anita a la pasta que dicen que saca la Guardia Civil vendiendo los motores de las pateras”.

Los géneros que se entremezclan en todo el discurso de la pieza están relacionados con la *noticia dura* que incluye *totales*, con el mitin del político en campaña, con series de televisión (Ana y los siete), con la retórica publicitaria en el comienzo de la pieza y con la parodia y la sátira literarias, en el grado de burlesco de la imitación de los errores ajenos. La ironía como figura retórica se revela en todo el texto, a veces con falsas expresiones de alegría que celebran conquistas paradójicas: “No, si por denunciar, las españolas también denuncian. Por eso, tenemos el mayor índice de malos tratos de toda Europa. Pero ¡qué bien!, ahora, gracias a los inmigrantes, vamos a aumentarlo. ¡Yupi!, a lo mejor así se encuentra una solución de una vez”.

Nivel 4. Vías de participación y cuestionamiento del discurso oficial

Como las otras piezas analizadas en época de elecciones, ésta está fuertemente personalizada en una figura política sin permitir la participación de la sociedad civil aunque alentando a identificarse con el discurso cínico del pueblo, que tiene un olfato especial para detectar la hipocresía de los políticos en sus discursos, aún más en el caso de la derecha. La hipocresía revelada se utiliza como complicidad con el espectador, que puede observar el contraste entre la sonrisa políticamente correcta de Ana Botella hablando de la “riqueza” que suponen los inmigrantes y las imágenes de inmigrantes pasando penalidades.

En cuanto al cuestionamiento, el discurso planteado por el periodista desenmascara la hipocresía del relato político que se mantiene respecto a los inmigrantes y al asunto de la violencia doméstica. Pero desmontar ese discurso es sólo un paso del proceso de definición del problema político. Es decir, el defecto es que no está construido un problema político sino satirizada una postura determinada. Recordemos que se necesitan causas, responsables, formas de abordar el problema, alternativas sin dejar de lado el aspecto puramente expresivo, que es en el que se centra esta pieza, en captar la atención del espectador a través del ataque a la posición del discurso del PP.

3. Comparación de información, infoentretención e infosátira

Comentario: Faltan las noticias del Guñol

En época de elecciones, las direcciones de comunicación de los partidos construyen discursos televisivos encaminados a seducir al votante con escenificaciones en las que se pretende mostrar la competencia, solidez, seriedad, honestidad y humanidad del candidato. Sus tipos discursivos (combinaciones de discursos y géneros) incluyen el mitin político con preguntas retóricas dirigidas a fieles que responden a coro, entrevistas en la intimidad para mostrar la cara amable del aspirante, retazos de sus vidas privadas, etc. Esos discursos centrados en los personajes de las diferentes formaciones se trasladan a la televisión tal cuales. Los periodistas se justifican en la objetividad para dejar sin contexto al espectador y para conformarse a los discursos propuestos por los políticos. Los periodistas *cubren* los actos siguiendo el guión previamente marcado por el político. Mirándolo desde el punto de vista de la construcción de los problemas mediáticos (Sampedro, 2000), los informadores prestan accesos y coberturas a los candidatos sin cuestionar el marco discursivo planteado por éstos. Esto convierte la comunicación política en campaña electoral en actos rituales.

Los partidos parecen haber renunciado a hacer inteligibles sus propuestas por televisión en su certeza de que este medio sólo sirve para desplegar estrategias de imagen. Despliegan esas estrategias influidos por el conocimiento de que la racionalización televisiva no da oportunidades de profundizar en los temas. La producción de la noticia emplea los principios básicos de la *macdonalización* periodística (Sampedro, 2000).

El problema se complica cuando esas direcciones de comunicación están colonizando los espacios públicos ofreciendo sus propias señales de televisión para construir los eventos de los partidos. El partido se presenta como quiere y la cadena ahorra en gastos de producción. Por otra parte, se introducen anuncios políticos espectaculares (el superordenador) que no se ven contrarrestados por la investigación de los medios.

Se da por hecho que la ciudadanía no tiene otro papel en estas representaciones que el de masa que agita banderas y corea consignas. Es decir, es tratado por los organizadores (el partido) y los productores (la televisión) como un personaje secundario sin identidad.

A pesar de existir *prácticas discursivas* que se emplean de forma generalizada, el periodista tiene cierta influencia en la forma final de la noticia, la puede hacer inteligible en términos de problema político. Aunque las rutinas profesionales presionan a favor de tratamientos blandos.

El problema principal con el que nos encontramos es que las esferas periféricas se construyen los mismos marcos discursivos añadiendo la práctica del distanciamiento. Pragmáticamente, pueden captar la atención momentánea del espectador pero es difícil que éste pueda formarse una idea integral de las cuestiones a debate. La participación de la sociedad civil es casi inexistente. Es cierto que pueden alentar al espectador a participar, pero no mucho más allá de su papel como consumidor de géneros televisivos. Las noticias de la infósfera no ayudan a comprender o cuestionar los discursos de los partidos.