

Elementos de espectacularización en los informativos televisivos de 'prime time': el caso de 'Charlie Hebdo'

Spectacularized elements in the prime time television news: the 'Charlie Hebdo' case

Esmerarda Montero*, Carme Ferré-Pavia **

* Doctoral researcher, University of the Basque Country, Spain (esmerarda.montero@outlook.com)

** Senior Lecturer, Autonomous University of Barcelona, Spain (carme.ferre@uab.cat)

Resumen

El objetivo principal del presente artículo es analizar si el tratamiento dado por los informativos de *prime time* de la cadena privada española Telecinco a las noticias sobre el atentado al semanario satírico *Charlie Hebdo*, perpetrado el 7 de enero de 2015 en París, se puede considerar espectacularizado. Este hecho tuvo una transcendencia mundial y aún se localiza poca investigación sobre sus aspectos comunicativos. A través del análisis de contenido, con creación de categorías múltiples, se ha podido obtener datos a lo largo de 14 días de emisión, con un análisis global de 99 noticias, que nos aproxima a las técnicas empleadas en la cobertura de este evento, tanto desde el punto de vista de la imagen como del texto verbal. En los resultados, tanto de tipo cuantitativo como cualitativo, se ha podido constatar que ha habido un tratamiento espectacularizado, apoyado en la dramatización, el conflicto, la explotación de las imágenes, la exageración y la fragmentación, generando una tematización extrema del caso *Charlie Hebdo*. Esto llama a la reflexión, no sólo por las técnicas detectadas en la construcción de la noticia, sino por cómo otras informaciones de igual o mayor relevancia quedan de lado, ausentes en el conocimiento del público.

Palabras clave: espectacularización, terrorismo, *Charlie Hebdo*, informativos de *prime time*, Telecinco

Abstract

The main objective of this research is to analyze the coverage done by the Spanish television channel Telecinco of the attack to the satirical French magazine *Charlie Hebdo*, dated in Paris on 7 January 2015, in order to assess if there has been spectacularization or not in its treatment. The terrorist outrage had a global repercussion but there is still little research about its communicative aspects. The content analysis focused on 14 days prime time bulletins, with a global amount of 99 pieces of news observed. Different categories have been created to study the visual characteristics, as well as the verbal text. The quantitative and qualitative results confirm that dramatization, conflict, reiteration, exaggeration and fragmentation supported a spectacularized coverage, leading to an extreme tematization of the *Charlie Hebdo* case. The discussion points out that it is necessary to really think about the techniques to construct news in a plural and balanced coverage of public issues.

Keywords: spectacularization, terrorist attacks, *Charlie Hebdo*, prime-time tv news, Telecinco

Introducción

El 7 de enero de 2015, París se convulsionó ante el atentado cometido contra la sede del semanario satírico *Charlie Hebdo*, en el que ejecutaron a doce personas. El ataque, llevado a cabo por los hermanos Chérif y Said Kouachi y reivindicado por una célula de Al Qaeda en El Yemen, dejó una gran consternación e imágenes tomadas por testigos desde la azotea de un edificio cercano, que se difundieron por los medios informativos tradicionales y a través de las redes sociales.

Un día después, Amedy Coulibaly, miembro de la misma célula, asesinó a una policía de 26 años en la localidad de Mountrouge e hirió de gravedad a otro empleado.

Tanto los medios internacionales como del Estado español dieron una amplia cobertura a estos hechos y el propósito del presente artículo es analizar el tratamiento dado por uno de los principales medios españoles a este suceso: Telecinco, una cadena privada de televisión del grupo multinacional Mediaset. Lo ocurrido en París es un evento de innegable relevancia, manifestación de una de las principales crisis de este siglo, el llamado terrorismo *islámico*. Dado este contexto, es interesante indagar el tratamiento que dio este medio a las informaciones emitidas al respecto, sus técnicas y manejos a la hora de abordarlo y colocarlo en la agenda mediática.

Para el análisis realizado, se ha elegido el horario de *prime-time* en España, al considerar que en él se abocan los recursos que intentan hacer atractiva la información a un mayor número de espectadores. Resulta el informativo principal a lo largo del día y en él se concentran las noticias que se consideran más importantes de la jornada. El *prime-time* en el Estado español cubre la franja horaria de 20.30-00.00 horas durante toda la semana y los informativos nocturnos suelen ocupar la primera hora de esta franja. En palabras de Arana, este horario "es determinante en los resultados de audiencia y de facturación publicitaria de cualquier canal de televisión y de ahí su relevancia" (2011: 157).

La espectacularización en el tratamiento informativo es un tema que ha ocupado a la academia desde un punto de vista ético, de ahí la pertinencia de este estudio, más aún en un contexto de especial dificultad de equilibrio informativo ante un suceso que mezcla choques políticos, religiosos, culturales y con resultados de muerte en un ataque terrorista.

Si bien es cierto que un suceso de esta naturaleza, debido a su carácter extraordinario, suscita una mayor cobertura y atención por parte de los medios informativos, también lo es que no es un evento exclusivo y que el tratamiento y cobertura varía en función de la región afectada. Son estas desigualdades y particularidades en el tratamiento los puntos que se deben analizar con una mirada crítica, a fin de contribuir a la concienciación de una comunicación más asertiva y ecuánime de los problemas contemporáneos.

Marco teórico

El espectáculo, con sus componentes de drama y de conflicto, son características que han irrumpido en los criterios de noticiabilidad de los medios contemporáneos y que ya forman parte de la identidad del discurso mediático. Estas trazas se imprimen en la información que interpreta la realidad, y que establece la función fundacional del periodismo. El modelo espectacularizado en los medios es el que en el periodismo coloca amarillismo, superficialidad, frivolidad, chisme, escándalo, conflicto y drama. Este show se impone por su

consonancia con la era de la posmodernidad, en un ámbito más global de la sociedad del espectáculo, en la que el drama tiñe el relato de los hechos y su retrato, que habría de ser más cercano a la veracidad. A partir de estas características, los medios proponen modelos de lo que Baudrillard (1978) definió como *hiperrealidad*. El autor reflexionó sobre el distanciamiento de lo real y acuñó el concepto de *hiperreal* para lo que intenta imitar y suplantar la realidad:

Hoy en día, la abstracción ya no es la del mapa, la del doble, la del espejo o la del concepto. La simulación no corresponde a un territorio, a una referencia, a una sustancia, sino que es la generación por los modelos de algo real sin origen ni realidad: lo hiperreal. (Baudrillard, 1978: 5)

Cuando Guy Debord (1992, 1999) escribió sobre la sociedad del espectáculo, aún se podía detectar diversidad de formatos y de géneros, y estaban más definidas las fronteras entre información (la llamada noticia *dura*) y entretenimiento (noticia *blanda*). Hoy en día la frontera entre información y entretenimiento se diluye, es poco reconocible para el público e incluso para los mismos periodistas. Debord atribuye por a la clase dominante un impulso a la tendencia, dirigida a la construcción de un mundo objeto de contemplación y en el que se pone barrera a toda capacidad de acción y de progreso de y para la clase trabajadora.

Décadas más tarde, Lipovetsky y Serroy (2010) exponen que la información forma parte de la sociedad de consumo y de la lógica mercantilista del espectáculo. El lenguaje que se utiliza para construir dicha información crea en el individuo la sensación de que toda aquella información que está consumiendo está inmersa en un show trepidante y sin fin.

Pese a que el modelo mediático del entretenimiento cosecha críticas desde prácticamente todas las disciplinas de las ciencias humanas y sociales, en los estudios de comunicación existe una corriente que propugna que este modelo de información debe analizarse en convivencia con otros (Lozano, 2004). En este sentido, son muy interesantes las aportaciones que hace Lance Bennet (1983, 1992). Este autor expone que el humor, la diversión, no son negativos como valores. Defiende que hay un tipo de entretenimiento que puede *empoderar* a los televidentes y otro que es capaz de marginarlos.

En la investigación de los medios de comunicación de masas centrada en el análisis del discurso informativo desde la perspectiva del espectáculo, autores como González Requena (1989), Bordieu (1997), García Avilés (1999) o Imbert (2003), entre otros, ya han apuntado el camino a seguir en la investigación de la televisión: el *infoshow* o *infotainment*. La tradición académica en la investigación sobre el sensacionalismo de la información ya era un tema recurrente en el ámbito anglosajón. Starks (1997), por ejemplo, aborda la lucha por la audiencia que se produce a mediados de los años ochenta entre las cadenas locales y nacionales en los informativos televisivos occidentales.

La combinación entre información y entretenimiento se delinea como una alternativa práctica para competir ante las fórmulas del entretenimiento mediático que atraen cada vez con mayor intensidad a las audiencias, dificultando su atención a contenidos *serios* que no están empaquetados de manera divertida. Las audiencias están plenamente enganchadas y enfocadas a los géneros de ficción o diversión en los medios y parece ya irreversible el retorno a la época en que se distinguía claramente entre la información y el análisis por un lado, y el entretenimiento por otro (Lozano, 2013 en Ferré Pavia, ed).

Otra de las razones argumentadas a favor del *infotainment* es la posibilidad, al romper con los géneros informativos tradicionales más rígidos e inflexibles, de introducir estrategias textuales generadoras de polisemia como la contradicción, el exceso, la ironía, la metáfora y el chiste, abriendo la puerta a lecturas divergentes y reflexivas en las audiencias (Fiske, 1987; Ferré-Pavía, Sintés y Gayà, 2015).

Desde un punto de vista metodológico, Grabe, Zhou y Barnett (2001) vinculan el sensacionalismo a categorías de análisis centradas en las manipulaciones de la imagen informativa.

Las categorías de la espectacularización

Los encuadres noticiosos son aquellos creados por el medio para centrar el interés de la noticia vinculándolo a un factor o a otro. Rodríguez (2003) apunta a las herramientas lingüísticas del presentador que orientan la noticia a los valores de:

- Personalización: o enfoque de la información sobre individuos concretos.
- Protagonismo: se concede mayor protagonismo al reportero, convirtiéndolo en parte protagónica del mensaje.
- Dramatización: se dramatizan los contenidos informativos, enfatizando el conflicto en las historias y buscando conferir emoción a la información.

Por *conflicto* se refiere a aquellas técnicas empleadas para introducir este elemento en las noticias a fin de darles un tratamiento espectacular (Puente, 1997; Rodríguez, 2003; Zabaleta y Peñafiel, 1994). Rodríguez define la conflictividad como:

Choque de intereses entre personas, instituciones o grupos sociales. Casi todas las noticias contienen alguna dosis de conflictividad, que sitúa a las audiencias en algunos de los bandos en conflicto. El léxico de los textos de las noticias está plagado de palabras como *lucha*, *rebelión*, *denuncia*, *desacuerdo*, *sospecha*, etc. En la televisión más que en ningún otro medio, la carga persuasiva de las imágenes colabora a intensificar la dramatización de esta realidad. (Rodríguez, 2003: 55)

El conflicto y el interés humano se convierten en dos de los elementos más importantes de la noticia, en especial de la nota televisiva (Puente, 1997, p. 128). La lucha entre dos fuerzas opuestas constituye no solo material para la ficción, sino también para la no ficción, en este caso para la narración periodística.

Zabaleta y Peñafiel (1994) han determinado también indicadores para medir el conflicto en las noticias:

- Dualidad: la sociedad se divide entre *nosotros* y *ellos*.
- Caracterización selectiva: se asigna significado positivo al *nosotros* y negativo al *ellos*, con reiteración de designaciones y creación de estereotipos.
- Individualización versus unidad grupal: cuando la responsabilidad por acontecimientos conflictivos recae en miembros del propio grupo se busca la individualización y la personalización de los hechos y sujetos, evitando las referencias al *nosotros*, mientras que si en hechos similares se da el caso contrario pero con miembros del grupo ajeno, se les convierte y agrupa como *ellos*.

Por su parte, Luzón y Ferrer (2007, 2008) proponen que la información se convierte en espectáculo cuando utiliza o aplica de manera individual o combinada alguno de los siguientes parámetros: imagen impacto, estructura dramatizada del discurso o hibridación de contenidos. Las autoras plantean una definición precisa acerca de los indicadores de espectacularización, donde el uso de la imagen goza de preeminencia, muy de acuerdo con los postulados de Rodríguez: "Las imágenes marcan y limitan la narración informativa de los medios audiovisuales, y obligan a los periodistas a escribir de una determinada manera. El motivo está en que las imágenes son la base del éxito de la televisión" (2003: 24).

La imagen es la pieza principal en el discurso televisivo, ya que a través de ella se puede construir, transformar e incluso distorsionar las informaciones, por lo que escudriñar el uso que se da a las mismas en las emisiones informativas ofrece información valiosa acerca del manejo de la información y sobre la intencionalidad del emisor. González Requena plantea:

La primacía de la imagen, del directo y de la oralidad, confiere al medio televisivo una lógica sensitiva, afectiva y emocional sobre otras formas más *racionales* de comunicación como la prensa escrita o la radio, la lógica de lo visual se ha impuesto sobre la razón a la hora de acercarse a la realidad. (2009: 14)

Terrorismo y religión como show

Los ataques terroristas, y algunos con componente religioso, se han convertido desgraciadamente en asunto de análisis comunicativo. En el caso español, el 11-M de Madrid 2004, con claras conculcaciones éticas por parte de la prensa, ha sido uno de esos casos con más atención académica (Torres, 2006; Cuesta, 2008). Aunque el terrorismo con víctimas no era algo ajeno al país, el atentado islamista reforzó la atención por considerarse una amenaza global (FAPE, 2005). Los consejos éticos para el tratamiento hacia las víctimas, abordados hace muchos años por la profesión periodística a raíz de accidentes múltiples (CAC, 2001), no se tuvieron en cuenta, y mucho menos en el caso de *Charlie Hebdo*, aunque en el enfoque que nos ocupa, la imagen televisiva se estudia en cuanto a su dramatización y sensacionalismo, y no tanto en un contexto ético.

Las imágenes de atentados terroristas se han convertido en una constante en los noticieros. Incluso los estudiosos del fenómeno mismo del terrorismo vienen a destacar la cobertura de los medios y la tendiente espectacularización que hacen de él por su gran capacidad de atracción y de crear sensación (Martini, 2015). En este ámbito, el tratamiento del humorismo alrededor de la religión ha obtenido más atención académica desde que fenómenos globales nos impactan como sociedad. A este efecto, una investigación centrada en España y sus diferentes regiones destaca como en comunidades más secularizadas como Cataluña, la clase periodística es más tolerante con ese tipo de humor, mientras que en otras, como el País Vasco, más católica, no se tolera tanto. De todos modos, es interesante destacar como esos valores no son los mismos entre la audiencia y los periodistas de una misma región:

However, in all regions the majority of journalists do not object to publishing information even if it could be considered to be in bad taste. In contrast,

the general public is much less tolerant, especially in Madrid. The general public in Andalusia and the Basque Country is more tolerant. (Mauri, Pérez y Figueras, 2014: 482)

El caso del atentado contra la revista satírica francesa *Charlie Hebdo* concentra los componentes de confrontación de valores morales entre el humor y su libertad de expresión y el respeto a la pluralidad religiosa. *Charlie Hebdo* fue fundada en 1992, tomando el nombre de una publicación anterior. La revista pretende reflejar todos los sectores de la izquierda y ha tratado con libertad la mofa a la religión, como valor laico que en esta investigación no se pone en discusión. Su desempeño generó críticas, debates por la libertad de expresión, acusaciones de provocaciones a facciones religiosas e incluso atentados, uno de ellos con cócteles Molotov en 2011.

La representación del profeta Mahoma fue uno de los escándalos más sonados, ya que la revista representó en varias ocasiones al profeta. Otro muy destacable fue el caso del diario danés *Jyllands-Posten*, que a finales de 2005 publicó caricaturas en que Mahoma aparecía vestido con un turbante semejante a una bomba, es decir, que se relacionaba islam y terrorismo. "El suceso deparó todo tipo de reacciones, alcanzando el contexto de grave crisis internacional, además de la emergencia del debate entre la primacía de la libertad de expresión o la apuesta por el respeto, la tolerancia, la convivencia y la paz" (Corral, 2014: 7).

El impacto general social del atentado contra *Charlie Hebdo* ultrapasa el ámbito de estudio del derecho a la información y se ha tomado como un estandarte mismo de la libertad, que han llegado a defender revistas de todos los ámbitos (Perbal, 2015). La psicología también lo ha abordado desde el punto de vista del trauma colectivo (Ben Ezra, Leshem y Goodwin, 2015). Nos hallamos en un momento aún cercano al hecho y aunque la publicación de las caricaturas provocó abundante literatura académica (Arsenault, 2014; Sturges, 2015), aún no es posible localizar estudios sobre la cobertura informativa de este atentado.

Por ejemplo, un trabajo universitario de pregrado que se ha centrado en la cobertura de prensa de este ataque y concluye que se detecta sensacionalismo en los diarios analizados, aunque no en el máximo grado que se determinó:

En definitiva, el tratamiento informativo de *Charlie Hebdo* por los cuatro medios de comunicación analizados ha cumplido las expectativas en cuanto al buen periodismo, puesto que el tema era complicado de abarcar y afectaba de manera directa a aspectos tan importantes como la sociedad, la política y la religión. No obstante, cabe destacar que los porcentajes con rango 1 y 2 de sensacionalismo son aun así notables, lo que indica que los medios de comunicación no han realizado una cobertura del todo correcta y podría mejorar. (Bazo, Hernández y Méndez, 2015: 64)

A los pocos días del atentado, el Consejo del Audiovisual de Andalucía (CAA) emitió una nota en su blog sobre la cobertura del atentado. En este caso, sí denuncia que la repetición "en bucle" de las imágenes ha suscitado un debate sobre la conveniencia o no de emitirlas, polémica que se dirime entre el retrato fiel del hecho y la espectacularización de la noticia. El CAA asume las afirmaciones de los estudiosos que sostienen

que el sometimiento visual a la violencia insensibiliza y destaca que meses antes del atentado, en Francia se aconsejó a los padres que filtraran la violencia audiovisual que sus hijos consumen (CAA, 2015).

Esta investigación aborda la cobertura televisiva en un noticiero televisivo de *prime-time*, un enfoque que aparece como novedoso y aporta luz a como se ha tratado el relato de los tristes asesinatos del semanario francés desde el punto de vista de la espectacularización de la información.

Diseño metodológico

El objetivo general de esta investigación es analizar el tratamiento dado por la cadena Telecinco a las informaciones relativas al ataque al semanario *Charlie Hebdo* en sus noticieros de *prime time*, con el fin de dilucidar si se ha producido o no espectacularización y de qué manera.

A partir de este fin general, se plantean diversos objetivos específicos:

- Estudiar el nivel de cobertura que dio el medio a lo relativo a *Charlie Hebdo*.
- Identificar el encuadre valor noticioso que asignó el informativo al atentado a *Charlie Hebdo*.
- Identificar las principales técnicas empleadas por el medio en el tratamiento de las informaciones emitidas, respecto al atentado a *Charlie Hebdo*.
- Revisar la pertinencia de las imágenes empleadas para las emisiones analizadas.
- Examinar la posible editorialización del medio respecto a estas informaciones.

Herramienta de análisis:

Para alcanzar los objetivos se diseñó una ficha de análisis que en su aplicación arrojará datos de tipo cuantitativo y cualitativo. Se trata de una investigación ampliable a partir estos primeros resultados. La ficha consta de 7 campos y 68 indicadores, contando también los de localización de la pieza, y se detalla en las tablas siguientes.

Tabla 1: Identificación de la unidad de análisis

Número de ficha	
Fecha	
Informativo a analizar	Número informativo
Número de la noticia	
Título de la noticia	
Titular	Sí No
Noticia relacionada con una información anterior	Sí No
Tipo de noticia	<i>Hard news</i>
	<i>Soft news</i>
Duración de la noticia	

Para todas las tablas del texto. Fuente: elaboración propia (2015)

Tabla 2: Encuadres argumentales del valor-noticia

Peligro	
Interés humano	
Consecuencias económicas	
Moralidad, responsabilidad	
Necesidades sociales	
Percepción de la población	
Exclusividad	
Actualidad permanente o inmediata	
Valor en el sujeto participante	
Curiosidad humana, sorpresa	
Proximidad	
Otros	

Tabla 3: Elementos editorializantes empleados por el conductor al presentar la pieza informativa

Descripción del hecho	
Emplea adjetivos calificativos	
Enfatiza algunas frases o hechos a través de la entonación	
Sentencia premonitoria sobre los hechos	
Emplea frases hechas para valorar los acontecimientos	
Aconseja a la población sobre qué acciones tomar	
Valoración negativa del hecho	
Valoración positiva del hecho	

Tabla 4: Elementos editorializantes empleados por el reportero al presentar la pieza informativa

Emplea adjetivos calificativos	
Enfatiza algunas frases o hechos a través de la entonación	
Emplea frases hechas para valorar los acontecimientos	
Gestos corporales o faciales que aprueban o desaprueban los acontecimientos	
Sentencia premonitoria sobre los hechos	
Descripción del hecho	
Valoración positiva del hecho	
Valoración negativa del hecho	
Aconseja a la población sobre qué acciones toma	

Tabla 5: Conflicto en el texto verbal

Dualidad	
Caracterización selectiva (interpretación según el partido que se toma)	
Individualización versus unidad grupal	

Tabla 6: Imagen e información

Correspondencia entre imagen e información	Personaje	
	Lugar	
	Momento	
	Acción	

Tabla 7: Imagen impacto

Tipos de imágenes	Imagen recreada	
	Imágenes recreadas con los personajes reales Imágenes recreadas con actores	
	Imágenes donde se exhibe violencia excesiva	
	Imágenes cuyo contenido apela a las emociones, mas carece de contenido informativo	
	Imágenes con las declaraciones de los protagonistas de las noticias sin efectos de post-producción	
	Mezcla de varias imágenes reales del mismo evento	
	Mezcla de varias imágenes de archivo que escenifican un evento	
	Mezcla de varias imágenes de archivo del mismos personajes	
Relación entre imagen y texto verbal	Minimización del texto con relación a la imagen	
	Minimización de la imagen con relación al texto	
	Enfatizadora del texto con relación a la imagen	
	Narrativa de las noticias con relación a las imágenes	
	Contestan las imágenes interrogantes	
	Refuerzan el discurso	
	Enfatizadora de la imagen en relación al texto	
	Equilibrio entre imagen e información, imagen informativamente autónoma, como completo del texto	
Función de la imagen	Acontecial	
	Mediadora	
	Metonímica	
	Ambiental	

	Referencial	
	Simbólica	
	Imagen-ruido	

Muestra

Para este estudio se analizaron a partir del día del ataque al semanario *Charlie Hebdo* en su sede de París el 7 de enero de 2015, las noticias relacionadas con el hecho de los noticieros de *prime time* durante dos semanas posteriores, de la edición de noche. Se tomaron como caso de estudio los de la cadena privada de contenido general de España Telecinco.

Esto arrojó un total de 99 noticias a lo largo de los 14 programas emitidos por Informativos Telecinco durante el período.

Resultados

Los resultados se presentan con datos cuantitativos pero con el detalle de la amplia ficha, que arroja datos precisos que suponen una mirada global cualitativa. Además de la descripción, se suma la interpretación de la aproximación cualitativa.

Resultados cuantitativos

En primer lugar, en lo referente a la estructura de los informativos, el medio analizado enlazó en el 92% de los casos un hecho con otro, por lo que se trató como una sola historia, fragmentada en cada nota, de manera que este tema ocupó la mayor parte del tiempo de la emisión estelar de *prime time*. Cada uno de los programas analizados llegó a ser monotemático ya que el medio situó este evento como central en su agenda.

Tabla 8: Noticias relacionadas con la información anterior

	Frecuencia	%
Relacionada con la información anterior	92	92,93%
No relacionada con la información anterior	7	7,07%
TOTAL	99	100,00%

En lo respecta a la tipología de las noticias, más del 97% de estas informaciones recibieron un tratamiento propio de las llamadas *hard news*¹, mientras el 2,02% restante recibió un tratamiento más cercano al entretenimiento.

Tabla 9: Tipo de noticia

	Frecuencia	%
<i>Hard news</i>	97	97,98%
<i>Soft news</i>	2	2,02%
TOTAL	99	100,00%

La siguiente categoría mide el encuadre que da el medio a la información, tomando en cuenta el margen interpretativo que deja a los espectadores de la noticia. Basándonos en el discurso, como puede verse en la mayoría de los casos, el medio situó el marco de interpretación de las informaciones en el peligro, seguido del interés humano y la percepción de la población.

Tabla 10: Encuadres argumentales del valor-noticia

Valores	Frecuencia	%
a) Peligro	47	47,47%
b) Interés humano	18	18,18%
c) Consecuencias económicas	0	0,00%
d) Moralidad, responsabilidad	3	3,03%
e) Necesidades sociales	0	0,00%
f) Percepción de la población	6	6,06%
g) Exclusividad	0	0,00%
h) Actualidad permanente o inmediata	0	0,00%
i) Valor en el sujeto participante	2	2,02%
j) Curiosidad humana, sorpresa	1	1,01%
k) Proximidad	3	3,03%
l) Otros	1	1,01%
a+ f+k	1	1,01%
a+f	3	3,03%

¹ Para esta categoría nos basamos en el tratamiento y encuadre dado a las informaciones, donde *soft news* (noticias blandas) son aquellas informaciones orientadas al espectáculo, moda, sociales, consideradas interesantes, más no importantes. Estas presentan una ruptura con el formato y rigor de las noticias, mientras que las *hard news* (noticias duras) se enfocan en temas centrales y vitales de la sociedad y por ende, reciben un tratamiento más riguroso y apegado a las normas deontológicas y profesionales (Monclús, 2011).

a+b+f+k	2	2,02%
b+f	3	3,03%
a+b+f+l	1	1,01%
b+k	1	1,01%
a+k	2	2,02%
a+b	3	3,03%
a+b+c	1	1,01%
a+b+f	1	1,01%
TOTAL COMPUTADO	99	100,00%

La siguiente tabla nos muestra que ha habido editorialización por parte del presentador de la noticia, basándose en el uso de adjetivos calificativos, enfatización por entonación o valoración del hecho. El mayor porcentaje radica en la combinación de adjetivos calificativos y el énfasis por entonación, en un 33,33%.

Tabla 11: Elementos editorializantes empleados por el conductor al presentar la pieza informativa

Índice		Frecuencia	%
a	Descripción del hecho	3	3,03%
b	Emplea adjetivos calificativos	8	8,08%
c	Enfatiza algunas frases o hechos a través de la entonación	10	10,10%
d	Sentencia premonitoria sobre los hechos	0	0,00%
e	Emplea frases hechas para valorar los acontecimientos	0	0,00%
f	Aconseja a la población sobre qué acciones tomar	0	0,00%
g	Valoración negativa del hecho	0	0,00%
h	Valoración positiva del hecho	0	0,00%
i	a+b	1	1,01%
j	a+b+c	10	10,10%
k	a+b+c+d+g	1	1,01%
l	a+b+c+e+g	1	1,01%
m	a+b+c+g	1	1,01%
n	a+c	2	2,02%
o	b+c	33	33,33%
p	b+c+d+e	1	1,01%
q	b+c+d+g	2	2,02%
r	b+c+d+h	2	2,02%
s	b+c+e	2	2,02%
t	b+c+e+g	1	1,01%

u	b+c+g	16	16,16%
v	b+c+h	2	2,02%
w	c+d	3	3,03%
	TOTAL COMPUTADO	99	100,00%

De igual forma, apreciamos editorialización por parte del reportero, con un aumento de la descripción del hecho frente al presentador. En el caso del presentador, también se observa la combinación de adjetivos calificativos, enfatización y descripción en el 23% de los casos, así como valoración positiva o negativa del hecho. En muchas de las noticias analizadas, se dan múltiples combinaciones, por lo que los datos aparecen disgregados, pero al analizar los patrones que se repiten por separado podemos observar un alto nivel de editorialización en el tratamiento de estas informaciones.

Tabla 12: Elementos editorializantes empleados por el reportero al presentar la pieza informativa

Índice		Frecuencia	%
a	a) Descripción del hecho	3	3,03%
b	b) Emplea adjetivos calificativos	0	0,00%
c	c) Enfatiza algunas frases o hechos a través de la entonación	0	0,00%
d	d) Sentencia premonitoria sobre los hechos	0	0,00%
e	e) Emplea frases hechas para valorar los acontecimientos	0	0,00%
f	f) Aconseja a la población sobre qué acciones tomar	0	0,00%
g	g) Valoración negativa del hecho	1	1,01%
h	h) Valoración positiva del hecho	0	0,00%
i	a+b	3	3,03%
j	a+b+c	23	23,23%
k	a+b+c+d	3	3,03%
l	a+b+c+g	3	3,03%
m	a+b+c+h	1	1,01%
n	a+c	2	2,02%
o	b+c	20	20,20%
p	b+c+d+e+g	2	2,02%
q	b+c+d+e+g	2	2,02%
r	b+c+e+g	3	3,03%
s	b+c+e+g	2	2,02%
t	b+c+g	8	8,08%
u	b+g	1	1,01%
v	b+h	1	1,01%
w	c+g	2	2,02%

x	No especificado	19	19,19%
	TOTAL COMPUTADO	99	100,00%

Como podemos observar, respecto a las técnicas que generan conflicto, estas tienen una fuerte presencia en el tratamiento de las informaciones analizadas, en el 60.61% de los casos empleando la dualidad. En la división categorial entre *ellos* y *nosotros*, se crean dos bandos enfrentados en el discurso y el medio toma parte por uno de ellos. Le sigue la individualización *versus* la unidad grupal, con un 18%, es decir, cuando un miembro del colectivo que el medio asume como propio se ve en evidencia, el medio toma distancia de él o del hecho. Después aparece la caracterización selectiva, la interpretación de los hechos toma un sentido distinto en función de qué bando los haya perpetrado, así lo que es asesinato para un bando es restituir el orden y devolver la paz para el otro.

Tabla 13: Elementos de conflicto

	Frecuencia	%
a) Dualidad	60	60,61%
b) Caracterización selectiva	10	10,10%
c) Individualización versus unidad grupal	18	18,18%
a + b	2	2,02%
No especificada	9	9,09%
TOTAL COMPUTADO	99	100,00%

En cuanto a la correspondencia entre imagen e información, vemos que en el 44,44% de los casos es absoluta. En estos casos, las imágenes del evento narrado coinciden en personaje, lugar, momento y acción, que son los cuatro pilares que sostienen la correspondencia entre historia e imagen. Un menor grado de correspondencia se aprecia en el 19,19% de las piezas, que corresponden a imágenes del personaje y no necesariamente a imágenes del hecho que se narra.

Tabla 14: Correspondencia entre imagen e información

Índice		Frecuencia	%
a	Personaje	19	19,19%
b	Lugar	5	5,05%
c	Momento	0	0,00%
d	Acción	3	3,03%
e	a+b+c+d	44	44,44%
f	b+d	3	3,03%
g	a+d	5	5,05%
h	a+b	4	4,04%
i	a+c	2	2,02%
j	b+c+d	2	2,02%
k	a+b+c	1	1,01%
l	a+c+d	1	1,01%

m	a+b+d	1	1,01%
n	No especificado	9	9,09%
	TOTAL COMPUTADO	99	100,00%

Abordando el tipo de imágenes, vemos que el 41,41% son imágenes del propio suceso. Identificamos como principal técnica la mezcla de distintas imágenes del evento o imágenes de archivo que de alguna forma lo recrean, las que suponen un 24% del total.

Tabla 15: Tipo de imágenes

Índice		Frecuencia	%
a	Imagen del evento	41	41,41%
b	Imágenes recreadas con los personajes reales	2	2,02%
c	Imágenes recreadas con actores		0,00%
d	Imágenes donde se exhibe violencia, que no tiene que ver con el hecho en sí		0,00%
e	Imágenes cuyo contenido apela a las emociones, mas carece de contenido informativo	2	2,02%
f	Imágenes con las declaraciones de los protagonistas de las noticias sin efectos de postproducción		0,00%
g	Imágenes con las declaraciones de los protagonistas de las noticias con efectos de postproducción	1	1,01%
h	Mezcla de varias imágenes reales del mismo evento	12	12,12%
i	Mezcla de varias imágenes de archivo que escenifican un evento	12	12,12%
j	Mezcla de varias imágenes de archivo del mismo personaje	1	1,01%
k	Mezcla de imágenes del evento con imágenes de archivo de hechos similares.	9	9,09%
l	a+d	1	1,01%
m	a+f	1	1,01%
n	a+f+h	1	1,01%
o	a+g	1	1,01%
p	a+i	1	1,01%
q	c+g	1	1,01%
r	d+k	1	1,01%
s	d+e+h+i	1	1,01%
t	d+i	1	1,01%
u	g+h	1	1,01%
v	No especificado	9	9,09%
	TOTAL COMPUTADO	99	100,00%

En lo tocante a como se relacionan texto e imagen, tenemos que prima la enfatización, ya sea del texto con relación a la imagen (36,36%) o de la imagen en relación al texto (23,23%). Al mismo tiempo, las imágenes que contestan a interrogantes tienen un bajo nivel de presencia, con un escaso 5,05%.

Tabla 16: Relación entre imagen y texto verbal

Índice		Frecuencia	%
a	Minimización del texto con relación a la imagen	1	1,01%
b	Minimización de la imagen con relación al texto	3	3,03%
c	Enfatizadora del texto con relación a la imagen	36	36,36%
d	Narrativa de las noticias con relación a las imágenes	12	12,12%
e	Contestan las imágenes interrogantes	5	5,05%
f	Refuerzan el discurso	3	3,03%
g	Enfatizadora de la imagen en relación al texto	23	23,23%
h	Equilibrio entre imagen e información, imagen informativamente autónoma, como completo del texto	4	4,04%
i	a+e	1	1,01%
j	a+f	1	1,01%
k	a+h	1	1,01%
l	b+d	1	1,01%
m	c+f	3	3,03%
n	e+f	1	1,01%
o	f+g	1	1,01%
p	No especificado	3	3,03%
	TOTAL COMPUTADO	99	100,00%

La función de las imágenes empleadas en un 62,63% fue acotencial, es decir, que este tipo presenta el mayor grado de relación entre imagen e historia.

Tabla 17: Función de la imagen

Índice		Frecuencia	%
a	Acontecial	62	62,63%
b	Mediadora	5	5,05%
c	Metonímica		0,00%
d	Ambiental	3	3,03%
e	Referencial	6	6,06%
f	Simbólica	6	6,06%
g	Imagen –ruido		0,00%
h	a+d	6	6,06%
i	a+d+f	1	1,01%
j	a+f	1	1,01%
k	a+e	1	1,01%
l	e+f	1	1,01%
m	d+f	2	2,02%
n	d+e	2	2,02%
o	a+d+e	1	1,01%
p	a+b	1	1,01%
q	No especificado	1	1,01%
	TOTAL COMPUTADO	99	100,00%

Resultados cualitativos

Desde un punto de vista interpretativo que muestre también ejemplos de las técnicas que generan espectacularización, las principales identificadas en el tratamiento de las informaciones se detallan a continuación:

Estructura

Las informaciones presentadas se estructuraron en su mayoría como una película de acción, con voz en off dando datos entre pausas para que se escuchen los disparos, escenificación de conversaciones entre los cuerpos de élite que llevaron a cabo los enfrentamientos, edición y manejo de las imágenes que simulan una guerra, cortes de cámara que construyen una historia lineal que no obedece exactamente a la cronología de los hechos.

Aunque las distintas imágenes sean del mismo día y suceso, hecho comprobable porque las múltiples imágenes provienen de variados medios, el informativo ofrece una reconstrucción de los hechos con diferentes cortes de imágenes reales.

Reciclaje de información

Las mismas informaciones del día 9 de enero de 2015 abren el informativo del día 10, haciendo variantes en los adjetivos calificativos empleados el día anterior y con nuevas imágenes del tiroteo. La noticia se presenta de forma intemporal, es decir, no se precisa el día u hora en que ocurrieron los hechos que se narran.

El informativo metamorfosea la noticia y la actualiza, aumentando la tensión a manera de resumen de las horas de "terror" vividas, en tanto se apreciaron cambios llamativos en el discurso. Si el día anterior (9 de enero) la muerte de los rehenes del supermercado *kosher* se presentaba como un resultado trágico del tiroteo, un informativo después se responsabiliza directamente al secuestrador al decir "antes de morir acabó con la vida de cuatro rehenes e hirió de gravedad a otros cuatro"².

Imágenes

Con este recurso se buscó explotar al máximo el efecto del miedo, con técnicas como pausas entre una oración y otra, a la que le seguía el sonido aumentado de los disparos aislados de cualquier otro ruido, imágenes repetidas hasta tres veces por información y la vuelta sucesiva cada día de emisión al suelo ensangrentado de la sede de la revista.

Por otro lado, se hizo una mezcla repetitiva y dinámica de determinadas imágenes cercanas del suceso, la salida de Chérif y Said Kouachi (hermanos que perpetraron el ataque) y los disparos finales donde ejecutan a un agente antes de emprender la huida, imágenes repetidas en todas las emisiones.

El medio llegó a hacer un metaanálisis del uso dado a las imágenes, ya que resaltó la forma en que estas habían sido repetidas hasta la saciedad:

Y seguro que si de toda esta crisis terrorista en Francia recuerdan una imagen, es la del policía herido en la acera frente a la sede de *Charlie Hebdo*, que recibe un tiro a bocajarro de uno de los asesinos, el tiro que lo remata. El policía era musulmán y hoy su hermano ha comparecido emocionado ante la prensa³.

Cabe destacar que la imagen a la que se hace referencia en esta noticia fue explotada en cada informativo después del ataque al semanario, y para esta nota en particular con un alto grado de emotividad. El medio asume la descripción de la imagen como si su sola visión no fuera lo suficientemente impresionante, todo ello como preámbulo de la parte en que el hermano del policía habla del fallecido de forma muy emotiva. Como colofón, se destaca la pertenencia del fallecido a dos mundos que el medio enmarca como enfrentados: el francés y el musulmán.

El medio mantuvo a lo largo de estas emisiones un discurso constante que tuvo como pilar el dolor de Francia y la crueldad de los atacantes:

² Mediaset (10/1/2015) Informativos Telecinco, edición *prime time*

³ Mediaset (10/1/2015) Informativos Telecinco, edición *prime time*

El asaltante que continua a esta hora huido, solamente ha causado más consternación en un país que todavía llora a sus víctimas⁴.

El temor en la ciudad de la luz ha hecho que una sombra recorra a los que ponen velas y viven conmocionados una situación sin precedentes⁵.

La discreta calle donde se ubica el periódico se ha convertido en un lugar de peregrinación donde acuden los parisinos, tan aterrorizados como conmovidos⁶.

Agenda

Una vez pasados los puntos críticos de la historia con la muerte de los perpetradores del tiroteo, el medio se enfocó en las parejas sentimentales de los implicados, los lugares que visitaron o frecuentaban, cualquier nuevo dato arrastró consigo la historia del tiroteo al semanario, en el día número diez posterior al suceso, aun seguía siendo el tema principal del medio.

Se continuaba usando los términos “terrorismo” o “islamismo radical” para contextualizar la situación en España y vincularlo a la “amenaza yihadista en Europa”, acudiendo a cifras y recordatorios de eventos pasados aprovechando el tirón de las noticias del atentado de París, para mantener en la agenda el tema del terrorismo.

Para acompañar estos textos se empleó música (cánticos musulmanes), cámara lenta, enfoques que recuerdan el cine, pausas ante cada idea, para dar paso a las imágenes, creando una sensación de peligro inminente:

Se entrenan en campos como este, aprenden a luchar cuerpo a cuerpo, a manejar armas ligeras, pronto logran su bautismo de fuego⁷.

Por otro lado, las parejas de los implicados y las vivencias de los testigos pasaron a un primer plano. El medio se permite marcar como “radicalización” el proceso de cambio de vestimenta de Hayat Boumeddiene, esposa de Amedy Coulibaly⁸, basándose en dos fotografías que exhiben donde la mujer utiliza el niqab (el velo integral). Más allá de cualquier nueva información sobre su paradero, el medio se enfoca en esta nota en crear una opinión sobre el grado de implicación de esta con la célula “terrorista” basado en su vestimenta.

Las fotografías que han trascendido de Hayat Boumeddiene revelan su progresiva radicalización⁹.

Las experiencias e impresiones de los testigos pasan a ser noticia, como el caso de la entrevista a una mujer que declara haber estado en el supermercado *kosher*, comercio donde se produjo un secuestro, cinco

⁴ Mediaset (8/1/2015) Informativos Telecinco, edición *prime time*

⁵ Mediaset (8/1/2015) Informativos Telecinco, edición *prime time*

⁶ Mediaset (8/1/2015) Informativos Telecinco, edición *prime time*

⁷ Mediaset (9/1/2015) Informativos Telecinco, edición *prime time*

⁸ Autor del segundo atentado en coordinación con los hermanos Kouachi, donde perdió la vida una policía en Mountrouge, abatido por la policía tras el asalto a un supermercado kosher, tras haber matado cuatro personas de origen judío durante el asalto.

⁹ Mediaset (10/1/2015) Informativos Telecinco, edición *prime time*

minutos antes de que fuera asaltado. La reportera no sólo muestra el ticket de la compra, enfocando la hora en que se emitió, sino que enfatiza: “compró pescado”¹⁰.

La información se ve plagada de detalles de carácter no informativo, como la sensación que ha quedado en el barrio descrita por la reportera, el “silencio en las calles”, o como las paredes de los pisos periféricos supermercado temblaban. A los elementos ya dados, se le suman más imágenes de los tiroteos tratados de forma intemporal.

Emoción

Se subraya el dolor de amigos y familiares, se acentúan las lágrimas derramadas en repudio del hecho, el estado de sorpresa y la espontaneidad de los parisinos al mostrar su solidaridad.

Con lagrimas en los ojos y pese al insoportable dolor, Patrick Pool, periodista del semanario, describe la terrible escena después del ataque¹¹.

En esta escena, el reportero relata el aparente sufrimiento del testigo, haciendo pausas para dar paso a la escena de dolor que se obtiene de las declaraciones. La noticia es el sentimiento, se hace especial énfasis en lo más lacrimógeno de la historia.

Exageración

Se aprecia tendencia a la exageración, por medio de afirmaciones contundentes sobre la gravedad de los acontecimientos.

Son, sin duda, los 20 kilómetros cuadrados más vigilados del planeta, con el mismísimo presidente de la República, François Hollande, supervisándolo todo desde la sede central de la gendarmería¹².

Muchos europeos han podido ver cómo actúan los radicales islámicos, su modo de llevar el terror a las puertas casi de sus casas¹³.

Francia ha quedado en *shock*¹⁴.

Occidente en general, al borde de la conmoción, del terror colectivo¹⁵.

Francia ha vivido su peor pesadilla en décadas, ha sido su 11-S particular¹⁶.

También se da el uso de adjetivos calificativos tales como “sanguinario” y “terrible” destacando el estado de horror de la ciudadanía, o la maximización de las reacciones y actuaciones policiales.

¹⁰ Mediaset (10/1/2015) Informativos Telecinco, edición *prime time*

¹¹ Mediaset (9/1/2015) Informativos Telecinco, edición *prime time*

¹² Mediaset (8/1/2015) Informativos Telecinco, edición *prime time*

¹³ Mediaset (7/1/2015) Informativos Telecinco, edición *prime time*

¹⁴ Mediaset (7/1/2015) Informativos Telecinco, edición *prime time*

¹⁵ Mediaset (7/1/2015) Informativos Telecinco, edición *prime time*

¹⁶ Mediaset (9/1/2015) Informativos Telecinco, edición *prime time*

Poética

Se echa mano a recursos propios de la poesía para añadir belleza al texto dentro de la tragedia, para destacar detalles que apelan a la emoción y carecen de aporte informativo, ofreciendo una ambientación melancólica y contemplativa.

A varios kilómetros de allí, en el centro de París, continua acordonada, en silencio y ensangrentada, la sede de la revista *Charlie Hebdo*¹⁷.

Dualidad

La dualidad se ve fielmente representada en la forma en que el medio abordó el conflicto, donde condenaba los ataques al semanario y justificaba cualquier represalia, así los ataques de un bando y otro tenían significados e interpretaciones muy distintas:

Los terroristas no solo han matado 12 personas, han prendido la mecha de la islamofobia que recorre Francia¹⁸.

Se trataría de los primeros actos de venganza cometidos tras el atentado de ayer, que hacen temer a las autoridades una peligrosa oleada de islamofobia en el país¹⁹.

En esta última frase se denota que la venganza se da por sentado, y que no será un hecho aislado, sino que se esperan más, normalizados y justificados por la retaliación. En esta otra, el presentador denota emoción y un tono aprobatorio, ante la muerte de los implicados, la mayor enfatización se da por el tono de voz:

Una contundente actuación de la policía francesa ha terminado con la muerte de los dos hermanos Kouachi, asesinos de 12 personas, en el asalto al semanario *Charlie Hebdo*²⁰.

Así aparecen retratado el bueno y el malo, los policías han sido “contundentes” y los hermanos caídos unos “asesinos”, por lo que la lucha entre el bien y el mal está legitimada.

La tranquila vida de un país democrático y abierto a otras culturas se había truncado por la acción de unos terroristas que mataron sin piedad para vengar, según decían el nombre de Mahoma. Tres días de locura, de sin razón, con numerosas víctimas inocentes, y dos operaciones policiales, tres días en los que todo el mundo ha llegado a sobrecogerse con la violencia inusitada, irracional de esos terroristas²¹.

¹⁷ Mediaset (8/1/2015) Informativos Telecinco, edición *prime time*

¹⁸ Mediaset (8/1/2015) Informativos Telecinco, edición *prime time*

¹⁹ Mediaset (8/1/2015) Informativos Telecinco, edición *prime time*

²⁰ Mediaset (9/1/2015) Informativos Telecinco, edición *prime time*

²¹ Mediaset (9/1/2015) Informativos Telecinco, edición *prime time*

El medio engloba dentro de una especie de justicia poética los resultados del tiroteo:

Ironías de la vida, los dos terroristas que mataron en la sede de un periódico han muerto en una imprenta, y lo han hecho intentando matar hasta el último instante²².

Una operación que deja fuera de juego a los dos fanáticos que han atemorizado a París, y en general, a toda Francia²³.

Ha triunfado el bien, el mensaje deja implícito un restablecimiento del orden a través de la eliminación de estos individuos.

El héroe

El presentador establece un desafío a los “terroristas” en la construcción de su discurso, enalteciendo al semanario que renace tras el atentado, dejando implícito que no se les ha vencido y que de alguna forma se ha ganado la batalla. Se dejan ver dos flancos: los terroristas contra el resto del mundo, que levanta un “grito de solidaridad”, tal y como menciona el presentador.

Si lo que pretendían los terroristas era acallar con balas la voz de *Charlie Hebdo*, se han equivocado de punta a punta, no solo por el grito de solidaridad que recorre todo el mundo, sino porque la revista satírica volverá la próxima semana, con más fuerza si cabe, a su cita en los kioscos²⁴.

El medio ofrece cada nuevo detalle del semanario como un triunfo propio. En esta nota el medio habla sobre como se volcó la población francesa para conseguir el número de los supervivientes de *Charlie Hebdo*, y mientras da paso a la noticia, el presentador exhibe un ejemplar del semanario entre sus manos, haciéndose parte el medio del movimiento hecho por la población para conseguir un número de lo que el medio calificó como “trofeo a la libertad”:

El nuevo número de la revista *Charlie Hebdo* se subasta hasta por 90.0000 euros en internet²⁵.

Llegan a referirse al medio como “un periódico ateo haciendo más milagros que los profetas”, una clara editorialización y exageración que se evidencian en el manejo que hizo Informativos Telecinco.

²² Mediaset (9/1/2015) Informativos Telecinco, edición *prime time*

²³ Mediaset (9/1/2015) Informativos Telecinco, edición *prime time*

²⁴ Mediaset (9/1/2015) Informativos Telecinco, edición *prime time*

²⁵ Mediaset (14/1/2015) Informativos Telecinco, edición *prime time*

Los otros muertos

El medio hizo una amplia cobertura de todo lo referente a *Charlie Hebdo*. Sin embargo, no obtuvieron el mismo tratamiento hechos similares, incluso con mayor cantidad de víctimas mortales.

En esta noticia que se cita a continuación se habla de una niña de 10 años que se inmoló en un mercado de Nigeria, dejando una veintena de muertos.

Sin duda en donde más masacres llevan el nombre del islam es en los países con población musulmana. Extienden el terror y aniquilan a las minorías que no siguen su fanática interpretación de la religión, pero también instauran el pánico entre los propios musulmanes²⁶.

Es llamativo que el hecho anteriormente referido no es la noticia, sino un detalle para contextualizar el terror del islamismo extremo, mientras que más del 50% del informativo en que se emite esta historia se dedicó exclusivamente a los detalles del ataque al semanario *Charlie Hebdo* ocurrido cuatro días atrás. Esta noticia, con igual cantidad de víctimas mortales y precisamente del día, no llega para el informativo a ser más que una mención.

Esta nota fue presentada con un mezcla de otras informaciones similares, todas recientes, con unas 72 víctimas mortales totales y ninguna tratada por el medio como una historia en particular, sino que las agrupó en una sola noticia a manera de comentario, mientras que la historia sobre el barrio donde fue eliminado Amedy Koulibaly ocupó una noticia de duración estándar, solo para destacar el ambiente que quedó en las calles.

Conclusiones y discusión

El estudio ha arrojado como la principal técnica empleada por el medio en el tratamiento de las informaciones sobre el atentado terrorista fue la emotividad. Se identificó una tendencia a remarcar toda la parte emotiva de las noticias en la mayoría de las informaciones emitidas, donde más que describir hechos y consecuencias, el discurso se centró en emociones y sensaciones.

El medio tomado como caso hace un énfasis especial en resaltar el conflicto, su discurso eleva esta condición a lo global, estableciendo dos bandos: exhibe una clara legitimación del bando francés mientras que establece un nivel de crítica y opinión perfectamente definido respecto al bando musulmán.

Telecinco empleó esta tendencia en la exageración del discurso. Si bien es cierto que el hecho tiene repercusión tanto nacional como internacional, también es claro que el medio equiparó la situación a un estado de guerra, enfocando el discurso hacia el miedo que la situación generó, más que a las acciones del Estado francés. De igual forma, se hizo un amplio uso de la dualidad y por ende reforzamiento del conflicto, la cadena retrata a la vez que crea esta dualidad a través del discurso, tomando partido de forma evidente y juzgando con toda clase de argumentos y adjetivos calificativos el evento, legitimando toda acción de contraataque por parte de Francia.

²⁶ Mediaset (10/1/2015) Informativos Telecinco, edición *prime time*

Informativos Telecinco mantuvo la estrategia de arrastre, como si el suceso de *Charlie Hebdo* se hubiese transformado en una plataforma desde la cual colocar y establecer a la yihad como punto principal de la agenda, y a su vez, cada noticia o indicio relacionado con esta fue una razón para traer a colación lo sucedido en París. La cobertura fue tal que a nivel de proximidad daba la impresión de ser un informativo francés y no español.

Otra técnica del medio fue la forma en que recicló informaciones, con lo que se mantuvo el gancho, el *tirón* mediático en que el informativo transformó este suceso por medio de la constante sensación de actualidad, donde el tiroteo al semanario se convirtió en el tema central y casi exclusivo de las emisiones.

Los resultados evidencian un fraccionamiento de las informaciones, a fin de hacer de una sola información varias, añadiéndole pequeños elementos en cada variante. El resultado es redundante y centra como novedad un evento ya pasado y relatado.

El informativo editorializó las informaciones por medio de adjetivos calificativos y de la entonación, haciéndose parte del escenario de la tragedia en lo tocante a *Charlie Hebdo*. La editorialización se llevó a cabo tanto a través de los reporteros como del presentador.

Sobre las técnicas aplicadas, la función poética tuvo un papel primordial en el tratamiento de estas noticias, donde se emplean figuras y metáforas para embellecer el texto. El discurso se centró en subrayar el escenario de peligro inminente con la acentuación y gestualidad, empleando adjetivos para recrear la sensación de temor, reforzando la descripción y exhibición espectacular del dolor, dando al televidente el cristal para mirar los hechos sin permitirle ser él mismo quien juzgue y experimente la sensación que le transmiten las imágenes.

Informativos Telecinco llevó a *Charlie Hebdo* a la figura del héroe, elevando el semanario al nivel más alto de moralidad, tratando cada gesto y reacción del mismo con devoción y emotividad.

El tratamiento dado a las informaciones relativas a *Charlie Hebdo* evidenció que el medio prioriza la cobertura de eventos en función de la zona en que se produce, ya que dio un trato distinto a hechos similares ocurridos en las semanas posteriores dentro de la muestra estudiada.

Por tanto, se concluye que el medio dio un tratamiento espectacularizado a las informaciones relacionadas con el ataque al semanario *Charlie Hebdo*, colocando en la agenda el islamismo extremo a partir del suceso de París y valiéndose para ello de la repetición sucesiva y manipulación de las imágenes, para crear sensación de miedo y pánico a través del discurso.

Una vez más, y desde que se localizara esta tendencia en los años ochenta, los tintes de ficción permean el relato periodístico, reforzando el drama y saltándose normas de autorregulación de los medios y las asociaciones profesionales en lo concerniente a imágenes de víctimas.

Mientras que el entretenimiento dota de flexibilidad algunos formatos periodísticos, como la sátira política si es plural, el drama en la información luctuosa resta margen a la interpretación y a la mirada equilibrada. Desde luego, la emoción resulta atractiva a los humanos pero el exceso de dramatización en la información, característica de algunos ámbitos como los deportes o de algunas cadenas como las comerciales, puede llegar a la categoría de caricatura. Nada más lejos de lo que merece el tratamiento de temas que combinan muerte, política, religión, relaciones internacionales y valores sociales opuestos.

A los televidentes les queda la elección de los informativos y el reclamo por una cobertura ecuánime y distanciada de las tragedias. La profesión periodística se arma de códigos éticos que muchas veces no cumple y la pulsión del espectáculo supone una tentación tanto para empresas como para las audiencias.

Referencias

- Arana, E. (2011). *Estrategias de programación televisiva*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Arsenault, K. (2014). Les caricatures de Mahomet entre le Québec et la France: étude comparative des journaux *Libération* et *Le Devoir*. *Canadian Journal of Communication*, 39 (3): 509 -511.
- Baudrillard, J. (1978). *Cultura y simulacro*. Barcelona: Editorial Kairós.
- Bazo, M.; Hernández, C.; Méndez, A. (2015). Análisis del tratamiento informativo del atentado contra *Charlie Hebdo* desde el punto de vista de la libertad de expresión y la deontología periodística. Grado de Periodismo, Universidad de La Laguna.
- Ben Ezra, M.; Leshem, E.; Goodwin, R. (2015). In the Wake of National Trauma: Psychological Reactions Following the *Charlie Hebdo* Terror Attack. *The American Journal of Psychiatry*, 172 (8): 795-796.
- Bennett, L. (1983). *News: the politics of illusions*. Nueva York: Longman Inc.
- (1992). White noise: the perils of mass mediated democracy. *Communication Monographs*, 59, 401-406.
- Bordieu, P. (1997). *Sobre la televisión*. Barcelona: Anagrama.
- Consejo Audiovisual de Andalucía-CAA (2015). Tratamiento informativo de los atentados de París: el espectáculo de la violencia real. Blog del Consejo Audiovisual de Andalucía <http://blogcaa.com/2015/01/19/tratamiento-informativo-de-los-atentados-de-paris-el-espectaculo-de-la-violencia-real/>. 19 enero de 2015, acceso 21 octubre de 2015.
- Consell de l'Audiovisual de Catalunya-CAC (2001). Recomanacions del Consell de l'Audiovisual de Catalunya sobre el tractament informatiu de les tragèdies personals. *Quaderns del CAC*, 9, 30-34.
- Corral, A. (2014) ¿Islamofobia en la prensa digital? Análisis de los comentarios en *La inocencia de los musulmanes*. En *Universidad, investigación y periodismo digital*. Sabés, F. y Verón, J. J. (eds). Zaragoza: Asociación de Periodistas de Aragón.
- Cuesta, U. (2008). *Terrorismo y medios de comunicación*. Madrid: Fundación Ciudadanía y Valores.
- Debord, G. (1992). *La société du spectacle*. París: Éditions Gallimard.
- (1999). *Comentarios sobre la sociedad del espectáculo*. Barcelona: Editorial Anagrama.
- Federación de Asociaciones de Periodistas de España-FAPE (2005). Resolución 2005/1. Informe sobre el tratamiento informativo en los medios de comunicación respecto de las víctimas del terrorismo.
- Ferré-Pavia, C. (ed) (2013). *Infoentretenimiento. El formato imparable de la era del espectáculo*. Barcelona: editorial UOC.
- Ferré-Pavia, C.; Sintés, M.; Gayà, C.. (2015). The perceived effects of televised political satire among viewers and the communication directors of political parties: A European case. *European Journal of Cultural Studies*. First on line, julio de 2015.
- Fiske, J. (1987). *Television Culture*. Londres: Methuen y Co. Ltd.
- García Avilés, J. (1999). El pseudoperiodismo satírico: un género en alza en la neotelevisión. *Diálogos de la comunicación*, 55, 18-29.
- González Requena, J. (1989). *El espectáculo informativo*. Madrid: Ediciones Akal.
- Grabe, M.E.; Zhou, S.; Barnett, B. (2001). Explicating sensationalism in television news: Content and the bells and whistles of form. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 45 (4): 635-655.
- Imbert, G. (2003). *El zoo visual. De la televisión espectacular a la televisión especular*. Barcelona: Gedisa.

- Lipovetsky, G.; Serroy, J. (2010). *La cultura-mundo. Respuesta a una sociedad desorientada*. Barcelona: Editorial Anagrama.
- Lozano, J. C. (2004). Espectacularización de la información en noticieros televisivos de Canadá, Estados Unidos y México. *Diálogo político*, 1, 101-116.
- (2013). La socialización política en el infoentretenimiento. El caso de México. En Ferré-Pavia, C. (ed), 81-100.
- Luzón, V.; Ferrer, I. (2007). Cuando la noticia se convierte en espectáculo informativo. *Trípodos*, 6, 267-277.
- (2008). Espectáculo informativo en noticias de sociedad: el caso de Madeleine McCann, *Trípodos*, 22, 137-148.
- Martini, A. (2015). Terrorismo: un enfoque crítico. *Relaciones Internacionales*, 28, 191-199.
- Mauri, M.; Pérez, M.; Figueras, M. (2014). The Public and the Journalists' Views on the Humorous Treatment of Religion in Spain. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 91(3): 471-486.
- Monclús, B. (2011). *Evolución de los noticiarios de prime time de las cadenas generalistas españolas. Formato y Contenidos*. Departament de Comunicació Audiovisual i Publicitat I, Universitat Autònoma de Barcelona. Tesis doctoral.
- Perbal, B. (2015). Liberté, Liberté Chérie. *Journal of Cell Communication Signal*, 9, 1-4.
- Puente, S. (1997). *Televisión, el drama hecho noticia*. Santiago de Chile: Ediciones Universidad Católica de Chile.
- Rodríguez, F. (2003). *La mirada en el cristal, la información en televisión*. Madrid: Editorial Fragua.
- Stark, S. D. (1997). Local news: the biggest scandal on TV. *The Washington Monthly*, 29(6): 38.
- Sturges, P. (2015). Blasfemia y difamación de las leyes religiosas: Implicaciones para los medios y los bibliotecarios. *El Profesional de la información*, 24(3): 338-344.
- Torres, E. (2006). El tratamiento de la imagen en los atentados del 11-M. Terrorismo y violencia en la prensa. *Revista Latina de Comunicación Social*, 61. <http://www.ull.es/publicaciones/latina/200603torres.htm>. Acceso 16 de octubre de 2015.
- Zabaleta, I.; Peñafiel, C. (1994). *El factor humano en radio y televisión*. Leioa, Bizkaia: Servicio editorial de la Universidad del País Vasco.