

**LA CALIDAD EN GÉNEROS INFORMATIVOS Y DE
ENTRETENCIÓN NO FICCIONAL**
Lenguajes e Identidades

2012

INDICE

PREFACIO	3
CONSIDERACIONES	4
1. CALIDAD ¿Principio, Opinión o Categoría?	5
2. NOTICIEROS Y SERIES DE NO-FICCIÓN: Juegos de Identidades	11
2.1. Roles de la Noticia	14
2.2. Escenario Actual	16
3. DISCUSIÓN	21
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	24

PREFACIO

Las audiencias y otros actores sociales demandan calidad a la televisión: se publican columnas de opinión en medios escritos; el Consejo Nacional de Televisión recibe denuncias; y los parlamentarios levantan información al respecto. Si bien no se puede hablar con propiedad sobre un debate público, son muchas las voces que lo demandan. Cabe preguntarse entonces: ¿qué es calidad televisiva?

En un esfuerzo por responder a esta pregunta se han realizado dos estudios de revisión bibliográfica, uno general para encuadrar la(s) noción(es) de calidad¹ y otro específico sobre géneros televisivos. El texto a continuación actualiza el estado del arte de la discusión nacional e internacional sobre Calidad de los Géneros Televisivos Informativos y de Entretenimiento de No Ficción de los últimos diez años. El estudio estuvo a cargo de los investigadores Carlos Ossa² y Juan Pablo Arancibia³ y en él se recogieron los principales argumentos para describir y sistematizar el tema de la calidad en los contenidos televisivos.

La indagación no es tarea fácil puesto que no existe una sola forma de definir calidad y diversas instituciones –los reguladores, la academia, la industria- tienen distintas perspectivas, además de distintos objetivos para describirla. Asimismo, la historia de la televisión nos demuestra que muchas de las dimensiones de análisis de su producción, van cambiando con el tiempo de acuerdo a nuevas tendencias programáticas. Tal como señalan los autores, hoy en día existe una:

“inclinación de los programas noticiosos a incorporar elementos de narratividad y espectacularización, mientras tanto, los diseños televisivos de entretenimiento introducen – cada vez más- contingencias duras y personajes de polémica: guerra, sexo, tráfico de drogas y de personas, degradación ecológica o fenómenos médicos” (p.6).

Finalmente, otro elemento a considerar, es que los cambios en la forma de consumo audiovisual multi-pantalla –en particular entre las audiencias más jóvenes- desafía la producción de televisión de calidad en nuevos formatos para captar o fidelizar a estos públicos.

El texto que se presenta, ofrece sin duda un marco conceptual y analítico útil a la reflexión sobre televisión, géneros programáticos y calidad.

María Dolores Souza
Jefa Departamento de Estudios

¹ En: www.cntv.cl

² Licenciado en Teoría e Historia del Arte y Comunicador Social, Profesor de del Instituto de la Comunicación e Imagen de la Universidad de Chile (ICEI).

³ Periodista, Profesor de del Instituto de la Comunicación e Imagen de la Universidad de Chile (ICEI).

CONSIDERACIONES

El presente informe bibliográfico describe los principales argumentos sobre calidad en televisión. El tema es reconocido por los expertos como difícil de precisar, pues el rango categorial que cubre incluye: indicadores de aceptación y popularidad; conjunto de expectativas narrativas sobre el tratamiento de aspectos sociales; eficacia técnica de formatos de acuerdo a la valoración de los responsables de la industria televisiva; respeto por las regulaciones existentes y su traducción a “buenas prácticas”; cuotas de pantalla y formas de escenificación social equilibradas o políticas editoriales destinadas a formar audiencias en ámbitos de fortalecimiento de la democracia, derechos humanos, protección del medio ambiente y divulgación de la cultura y las tradiciones nacionales. Calidad, entonces abarca desde el diseño técnico de la programación hasta las empatías públicas por sujetos y emociones contemporáneas.

La revisión comienza con una caracterización de la cultura audiovisual, marco contextual necesario, para entender las fluctuaciones de un concepto que se aplica de modo diverso y con escalas disímiles de efectividad. Enseguida, se describen aquellos cambios significativos capaces de orientar la posición que toma el concepto en el debate y finalmente, señala las líneas matrices destacadas por la literatura. Se intentó identificar y buscar semejanzas entre los criterios propuestos en este informe y aquellos dominantes en el trabajo televisivo, sin embargo el resultado mostró la disparidad y la multiplicación de niveles de realidad. La sistematización de textos plantea tres cuestiones relevantes:

- a. No existe una sistematización epistémica e histórica de la calidad. Su presencia está marcada por coyunturas, giros políticos y estrategias de mercado.
- b. Las discrepancias entre los diversos actores vinculados con el tema se fundan en distancias profesionales, económicas, valóricas y de servicio público
- c. De modo paradójal los procesos de globalización y la concentración de la oferta programática tienden a consagrar una sola manera de asumir la calidad y sus instrumentos de medición.

En general, los dispositivos de mediatización son valorados por su éxito de público y avisaje. Y las cadenas usan sus propios métodos para determinar la importancia, modificaciones y evaluaciones de calidad. A pesar de la obviedad del hecho, aparece una cuestión decisiva: la interfaz entre comunidades de audiencias y las parrillas programáticas vive en una constante movilidad.

1. CALIDAD ¿Principio, Opinión o Categoría?

La televisión contemporánea es la síntesis de una serie de cambios ocurridos entre el consumo y la representación audiovisual. Desde la llamada etapa de masas donde los objetivos programáticos se vinculaban con informar, educar y entretener (Eco, 1990) al periodo actual de fragmentación de audiencias que privilegia el reciclaje, la hibridez formal y los recursos emotivos (Carlson, 2006; Imbert, 2008) se registran modificaciones importantes en tres esferas:

- a) estructuras narrativas caracterizadas por la auto-referencialidad e intertextualidad, cuyo propósito es emplear al máximo los componentes de la ficción y el uso de los soportes digitales;
- b) estandarización y especialización de formatos⁴ asociado con un mercado global de la diversión que promueve fórmulas simples junto con innovación icónico-narrativa;
- c) transformación de las audiencias motivada por nuevos modos-usos de las tecnologías y demandas de identidad diferenciada;

Pareciera que se ha producido un desplazamiento –significativo– de la “era de lo público” (Habermas, 1998) a lo que Longworth (2002) nombra “era del drama”. Sin duda lo descrito tiene múltiples variables, pero atendiendo al hecho de que la economía política de las comunicaciones refuerza las tareas de difusión, circulación y consumo, el centro de estos temas descansa en la búsqueda de nuevos nichos, adaptaciones de tendencias y creación de targets que permitan al sistema televisivo mantener vínculos con la sociedad, a pesar de la imagen de “sospecha” que siempre lo rodea. Cabe advertir una serie de efectos colaterales del proceso indicado, pues el modelo de televisión “clásico” fundado en jerarquías ideológicas, control de contenido y orientación pública de servicios se funde con una forma de administración –actual– que trabaja con apelaciones horizontales (estudios de confiabilidad, encuestas, focus groups); hiper-visibility de temas, grupos y conflictos;

⁴ Los ‘reality shows’, al estilo del Gran Hermano y sus derivados, representan ese tipo de programa-clon reproducible internacionalmente que adapta los contenidos a los espacios locales. Por su parte series basadas en la multiplicidad de referencias, citas intertextuales y sofisticación visual con uso marcado de analepsis (flash-backs), inserts (cómic, literatura, video clip) y collage (género, cita y mezcla) del tipo de ‘Lost’ o ‘CSI’ podrían considerarse propias de la especialización y la complejidad. De esta manera conviven formas de mimesis muy elementales con construcciones elaboradas que apelan a la cultura televisiva de los espectadores.

predominio de hiper-géneros cuya oferta inabarcable sirve para hablar de una cultura de los flujos a la hora de describir las mezclas y combinaciones de diversos modelos (Morley, 2008) o cultura clónica (Bustamante, 2003) al hacer alusión a la diseminación global de programas, publicidad y marcas.

En este escenario, la televisión no propone un antagonismo –ni teórico ni práctico- entre homogeneidad y heterogeneidad, sino una fusión (Wallace, 2001) cuyo propósito es multiplicar las diferencias en un mínimo de formatos. Aunque se logra una mayor relevancia de las audiencias (Silverstone, 1999) a la vez, se reduce el ámbito de elección de las mismas, pues son interpeladas a expresarse dentro de marcos muy precisos de la estilística del ‘day time’ y el ‘prime time’ y mediadas por voceros autorizados. Diversos autores destacan el fenómeno como la tautología mediática o la permanente referencia que la televisión hace a sí misma. (Missika, 2006).

La narrativa audiovisual vive re-significando los inputs culturales disponibles, reconociendo la importancia de la cultura popular en el desarrollo de áreas dramáticas y utilizando sus símbolos, imaginarios y clichés más recurrentes (Tous Rovirosa, 2010). Con ello se generan “identificaciones” entre las emisoras y las audiencias que sirven de base para defender nociones de calidad asociadas con las preferencias masivas y fraccionadas de los televidentes. Una característica del peso de micro-estructuras, propias de este periodo son los llamados formatos cortos (Soulanges, 2005): sinopsis de noticieros centrales, información meteorológica, avances del reality y making off de telenovelas. La industrialización televisiva se ha orientado a fórmulas transgénicas y ello afecta las modalidades más formales de la noción de calidad.

Durante mucho tiempo se asumió que los discursos televisivos tenían la capacidad de borrar los límites entre lo verdadero y lo falso, privando a los telespectadores de una experiencia verificadora (Durham, 1997). Hoy en día, las diversas producciones de ficción tienen un grado de legitimidad tal que las discusiones sobre el papel manipulador o distorsionador de las imágenes resulta discutible y a la vez urgente (Rincón, 2005). Esta circunstancia ha favorecido la inclinación de los programas noticiosos a incorporar elementos de narratividad y espectacularización, mientras tanto, los diseños televisivos de entretenimiento introducen – cada vez más- contingencias duras y personajes de polémica: guerra, sexo, tráfico de drogas y de personas, degradación ecológica o fenómenos médicos.

En definitiva nos encontramos ante un movimiento paradójico que incide en la modificación de los criterios de calidad al alterar los indicadores básicos, pues la televisión con su proceso de tramas entrelazadas, yuxtaposición de géneros y mezclas de contenidos, desarma las

distinciones entre verosimilitud y credibilidad. Asimismo la digitalización provee de nuevos conceptos de puesta en escena donde la primacía de los efectos del ‘mediascape’ vienen – desde hace una década- consagrando formatos y estéticas audiovisuales de diverso éxito y aprobación (Steimberg, Traversa, Soto, 2009).

En el modelo televisivo –de origen público- donde la representación de la realidad era dividida en dos grandes ejes: documental y ficción, fue fácil establecer marcadores de calidad, pues se trataba de exigir el cumplimiento de ciertas éticas fundadas en la idea de orden y bien común. Sin embargo, en un régimen visual caracterizado por la ruptura y la simultaneidad, los instrumentos para medirla parecen desactualizarse rápidamente. Así, una primera cuestión que salta a la vista es la pregunta por la validez, fiabilidad y pertinencia de orientaciones y metodologías influyentes, directrices político culturales y marcos regulatorios capaces de dialogar con intereses económicos basados en una alta competencia por el rating y el avisaje (Blua, 2011).

La televisión se ha convertido en una institución simbólica autónoma distante del Estado y la sociedad que funciona con promesas editoriales de novedad y repetición cuyo sentido depende, en esta época, de las dinámicas del consumo y los mecanismos para conservarlo y ampliarlo. Un aspecto clave es que la identidad se narra y su heterogeneidad discursiva no encuentra competencias institucionales, para hacer de ellas un conjunto universal de categorías. Un argumento epistémico –pragmático- diría que la calidad sólo puede funcionar contextualmente y el intento por aplicar reglas generales resulta improductivo.

La explicación dominante en la literatura sobre el tema es que la competencia entre cadenas públicas y privadas⁵ ha contribuido a un cambio en la organización y tipologías de los programas: la captura de audiencias se traduce en un elogio a lo superficial, barato y estridente que debilita la exigencia de calidad e información necesaria creando nuevas alianzas entre contenidos televisivos, horas punta, avisadores y espectadores complacientes (Medina, 2006). Además la producción televisiva privilegia “nichos” mediáticos que

⁵ Una definición genérica de calidad vinculada con principios y normas de funcionamiento social supone entregar ciertos beneficios culturales, ciudadanos y valóricos como la formación del gusto, el respeto a la diversidad, la divulgación de las tradiciones, la información veraz, la construcción de imaginarios sociales y la divulgación del arte. La televisión pública ha sido –específicamente- asociada con estas misiones. El cambio hacia una exaltación de la inmediatez, el relato rápido y la anécdota se explican por la necesidad de sobrevivir en un ambiente marcado por exigencias de control privado, globalización y segmentación de consumo. De este modo los especialistas tienden a remarcar que las dificultades para elaborar un texto común sobre la calidad, se deben no sólo a la producción televisiva sino a una reconfiguración –todavía en proceso- de las relaciones entre política y cultura. Dicho de otra manera, hoy no existiría un sistema de creencias -impulsado institucionalmente- para establecer la calidad como un parámetro validante y extensivo a las geografías simbólicas.

compiten por capturar la atención mediante la singularización de estilos, recompensas en dinero a la fidelidad y exclusivas con famosos. Los noticieros y las series de no ficción se instalan como los más adictos a usar estos “ganchos”.

A partir de los años noventa el interés por discutir sobre calidad motivó un desarrollo de enfoques, reflexiones y legislación sobre lo televisivo definido por cuatro grandes preocupaciones:

1. La construcción de ciudadanía participativas: esta línea fue muy protagónica en América Latina, en un contexto de consolidación democrática y apertura de medios.
2. La singularidad del contexto: se basaba en la autodeterminación de las prácticas profesionales y las tradiciones culturales para definir el significado de la programación y sus valores.
3. La diversidad y ampliación de expectativas: defendía la producción de programas que fomentaran la innovación constante, el punto de vista múltiple y la relevancia de lo visual para motivar la imaginación y la variedad.
4. La interacción programática: describía una relación entre el conjunto de características de los programas y el número de evaluaciones susceptibles de realizarse sobre su contenido y forma.

Los cuatro ejemplos obedecen a discusiones llevadas a cabo en Inglaterra, Italia, Suecia, Japón, México y Estados Unidos que se han enfrentado a la permanente contradicción entre la cultura pública y la economía corporativa. Representan las preocupaciones por resaltar a las comunidades, validar las profesiones, justificar la creatividad y generar diálogo social. Los tópicos conocidos y destacados en cada caso son: pluralismo, respeto, excelencia, funcionalidad, eficacia y aprobación. A pesar de ser impulsada por agentes estatales y privados logró resultados dispares y ha sufrido los ajustes –a nivel estructural y fortuito– propios de la industria audiovisual.

En la década del 2000, las medidas desreguladoras se impusieron en el campo televisivo y la argumentación favorable a la “popularidad mediática” modificó las premisas de valor de los programas⁶.

⁶ Las cadenas televisivas, sean públicas o privadas, no explicitan con frecuencia sus parámetros de calidad y contribuyen con ello a minimizar los márgenes regulatorios. Evitan caer en declaraciones de principios y traspasan el significado del concepto a los consumidores o especialistas. Dos ejemplos contrarios son la BBC y la NHK que declaran orientaciones públicas de la programación haciéndolas coincidir con prácticas de inclusión,

Los índices de audiencias, la ecuación costo-beneficio y la presencia de la opinión de los consumidores y los estándares definidos por los programadores profesionales establecieron un panorama complejo, ambiguo respecto al significado de la calidad y su aplicación operativa (Priggé, 2005). “Todo estilo –indica Soulanges- re-envía a una economía estética y cultural elaborada por los propios productores, a la que añaden un cierto número de prescripciones que desembocan progresivamente en estándares reguladores transferibles” (2005, 70). Un efecto de estas lógicas es la capacidad de identificar, discriminar y atraer a los públicos permitiendo a los mismos relacionarse con programas donde su gusto y deseo se hacen visibles. La calidad, por lo tanto, vive en yuxtaposición con estilos de consumo de los públicos vinculados a los tipos de formas de expresión, complejidad de la historia, recursos estéticos, apelaciones emotivas y material de espectáculo.

- ¿Cómo se garantiza el equilibrio entre las pretensiones de innovación y las exigencias de rentabilidad?
- ¿Pueden elaborarse indicadores eficientes para medir una industria de producción flexible?

En las condiciones presentes los broadcasters diseñan patrones para racionalizar sus elecciones, planificar y producir la continuidad, mientras tanto, los organismos regulatorios requieren marcos de referencia para analizar y proteger los intereses del público, con especial énfasis, en los “derechos culturales” (García-Canclini, 2005). No existe una lectura transversal sobre el problema, sino un campo de fuerzas donde los intereses de todos los involucrados expresan la distancia o la endogamia. Asimismo, la necesidad de un consenso metodológico y político útil al seguimiento de audiencias sin lealtades simbólicas con la televisión, influye en el desinterés institucional por crear mediciones o discutir los límites éticos-sociales de la cultura mediática (Fabbro, 2006).

En forma contraria, desde el pensamiento crítico y la posición académica, persiste una visión “apocalíptica” que recrea imágenes de regresión cognitiva y virtualidad espectral. Sin embargo, podríamos decir que son visibles –desde hace unos 6 años- unas perspectivas en torno a la calidad fundadas en los siguientes puntos (Richeri y Lasagni, 2006).

Diversidad de lenguajes, géneros, contenidos y públicos:

representatividad y creación de espacios. La BBC efectuó los primeros estudios de apreciación de audiencias en 1941 y la NHK introdujo los análisis de rating en 1961.

- a. Consistencia argumental, claridad expositiva y riqueza visual
- b. Representación de espectadores, juicios de valor y opinión segmentada
- c. Profesionalidad, especialización y creatividad aplicada
- d. Línea editorial, responsabilidad social y compromiso local

La preocupación se coloca en combinar las cualidades formales de los discursos televisivos con prácticas especializadas de producción mediática: con este cruce se busca, al mismo tiempo, establecer mayores proximidades entre distintos sujetos sociales y la institución comunicacional. La calidad se entiende como una especie de contrato representacional (no obligatorio) que debería garantizar una participación más equilibrada de las audiencias sin afectar los intereses de la industria (Lasagni y Richeri, 2006).

2. NOTICIEROS Y SERIES DE NO-FICCIÓN: Juegos de Identidades

La representación de la realidad y las reglas de verosimilitud se han visto afectadas por la creciente ficcionalización de los contenidos noticiosos. Esta sería una de las consecuencias más reiteradas en los estudios y balances sobre el género informativo. La extrema exhibición de lo pasional, lo raro y lo exótico junto con la recurrencia a destacar fenómenos sin trascendencia construye una lógica de intensidad y descarte, marcada por la dramatización narrativa y la irrelevancia social del acontecimiento producto de la reiteración de lo episódico como transición entre bloques editoriales.

La densidad existencial que se espera de las noticias estaría desplazándose a un modelo testifical que convierte a la personalización en una escena de continuas descripciones y opiniones descontextualizadas. Siguiendo las reflexiones de Agnus Enzensberger (2007) el discurso televisivo obstaculiza la movilidad de lo social al presentarlo como un accidente, una crisis o un desvío. Esta situación es consecuencia de la forma cerrada que tiene el noticiero de funcionar y ordenar lo cotidiano debido a que las políticas de pauta ya no trabajan el sentido de los conflictos, sólo destacan la posición más especular de los actores comprendidos.

Por otra parte, la aparición de seriales de no ficción donde se despliegan lenguajes, identidades y confrontaciones explícitas, fomenta el interés por espacios de configuración realista con mayor información, antecedentes y desarrollo de personajes⁷. Por ejemplo, entre 2007-2010 el material televisivo extranjero de corte documental ocupa en la televisión venezolana un 64% y en la colombiana un 25% (Tornero y Vilches, 2010). En Chile, este comportamiento es menor porque hay una identificación positiva de las audiencias con que la televisión es la mejor fuente informativa. La aparición de CNN Chile y de 24 horas Noticias muestra una elección clara a favor de “tratar” la realidad.

La presencia de alternativas al formato noticiero se vincula a cambios que exceden la programación y se asientan en mutaciones importantes de la subjetividad contemporánea (Arfuch, 2009). En la medida que se pone en cuestión la función noticiosa, se incrementa la

⁷ Los documentales contienen una fuerte carga de ‘story telling’, gracias a que se constituyen en contenedores narrativos muy deseables para los prime time por su competitividad, exhibicionismo y concentración de telespectadores.

caracterización ritual, pedagógica o litúrgica⁸ de los noticieros (Breton, 2005) y con ello el análisis presiona por la restitución de imperativos de calidad determinados por su responsabilidad colectiva junto con la exigencia de una vuelta al tratamiento “objetivo de las cosas”; sin embargo, el llamado síndrome folletín (Martín-Barbero, Gubern, Morin, Muñoz) logra una importante aceptación, sobre todo, en lo relativo a los contenidos “humanos”.

En Europa, los cuestionamientos más recurrentes de consumidores, especialistas y órganos reguladores se refieren a la dimensión coreográfica de las noticias y la búsqueda de anécdotas sin consecuencias. En el caso de las series subrayan la explotación de aspectos morbosos y la escéptica visión sobre la integridad o virtud de individuos e instituciones. Desde el punto de vista del lenguaje, el uso de encuadres pre-establecidos (economía de grabación) privilegia la lectura del medio y las imágenes que utiliza para dar representación a hechos y personas. El comentario recalca las limitaciones al pluralismo y una baja tolerancia a la diferencia cultural, política y social⁹.

Un rasgo frecuente destacado, en diversos artículos y libros, es la homogeneidad de la dieta de noticias (Villegas Taborga, 2008) y la repetición secuencial de protagonistas, organismos, enfoques y textualidad. La etapa posterior al año 2005 muestra una paulatina desaparición - en la agenda mediática- de los tópicos de la calidad y los trabajos explicativos sobre mecanismos de auto-regulación. Aumenta la insistencia en concebir al noticiero como un espacio de combinaciones narrativas, teatralidades personales y legitimaciones de autoridad. El texto periodístico se construiría con una mayor presencia de elementos performativos y estéticos que referenciales y explicativos.

Considerando lo anterior, las inclinaciones analíticas examinan al noticiero como un artefacto y un lenguaje que opera un régimen de visibilidad y reparte un mundo sensible unificado. La discusión presenta a los formatos y la búsqueda de ‘scoops’ (primicias) vinculados, en muchos casos, con la violencia directa y la tragedia.

⁸ El investigador Pierre Mellet (2007) es uno de los autores que aplica resonancias religiosas a la descripción de los noticieros con el fin de enfatizar las dimensiones escenográficas, más que los propósitos referenciales. De hecho tipifica a los telediarios franceses con una singular nomenclatura. Habla de Consignas y Anécdotas como matriz discursiva y dentro de éstas enumera: la acusación, la evidencia, la hagiografía, el vecindario, el folklore y la fatalidad como sustento de una narrativa ajena a la idea de la ventana del mundo.

⁹ Durante los primeros años de la década del 2000 la Comunidad Europea no elaboró ningún trabajo sobre calidad televisiva, a pesar de la importancia que el sector audiovisual tiene en su política.

La idea de calidad en el noticiero –según las fuentes consultadas- tiende a moverse dentro de un escenario contradictorio: por un lado, se insiste en la demanda por una función informativa relevante y, por otro, se efectúa una crítica institucional a los modos de espectacularizar y esquematizar temáticas, personas y grupos. En este contexto se ha venido elaborando, a veces reactivamente, un diálogo sobre calidad cuya resonancia es dispar y de presencia intermitente. La situación actual indica que los esfuerzos se colocan en construir sistematizaciones en ámbitos tan extremos como gestión empresarial, proyección de audiencias, migración digital y tele-realidad. En todo caso es dable identificar algunas corrientes interesadas en proponer delimitaciones a la calidad del noticiero. Podemos identificar las líneas¹⁰ más importantes:

- a. Estudiar las operaciones de sentido que se transfieren mediante la información, el rol hermenéutico del discurso y las unidades de lenguaje. Los estudios semióticos siguen siendo los principales productores de hipótesis y generadores de instrumentos de lectura. Lo medular es dar cuenta de las relaciones entre narratología y temporalidad (Bruner, 2003).
- b. Interpretar las consecuencias antropológicas de las noticias, a partir de la construcción binaria de la realidad que potencia lo exitoso y lo trágico; la sorpresa y la certeza; el miedo y la felicidad; el fracaso y el triunfo. El componente mítico e identitario es el centro en la descripción de las visiones de mundo y los intercambios simbólicos. La etnografía de las audiencias muestra el carácter fragmentario de la sociedad actual y la globalización del consumo resalta el rol de las mediaciones culturales (Barker, 2003).
- c. Describir el sistema informativo como un espacio de escenificación social, donde se definen conductas y se premian comportamientos, según una tipología ya consagrada. La focalización se centra en la producción simbólica y las maneras de etiquetar a grupos, discursos y sociabilidades en función de los valores predominantes. Es una línea culturalista muy influenciada por el cruce entre la teoría de la comunicación y la teoría de la cultura (Imbert, 2008).

¹⁰ Los enfoques mencionados mezclan diversas metodologías y perspectivas teóricas creando disímiles entradas al tema, sin embargo se reconocen como habituales algunos dispositivos de análisis de mayor frecuencia, por ejemplo, el VAP (Valor Agregado Periodístico), la caracterización de actores y el lenguaje de los mediadores del Observatorio de Televisión de la Universidad Austral de Argentina y la recurrente agenda-setting aplicada para medir encuentro (priming) y enfoque (framing).

- d. Organiza el cuerpo de las noticias, a partir de sus lógicas visuales. Asume que existen patrones de imágenes pre-establecidos que ayudan a comprender la “fórmula” de producción. El noticiero se revisa en segmentos y la preocupación es mostrar la existencia de un esquema donde la condición iconográfica de la realidad determina los énfasis, la posición de protagonistas y testigos junto con la tarea de conducción, sea bajo el molde de la pareja o el lector solitario (Mellet, 2007).

Hemos advertido la paradoja existente en el tema: no es posible determinar un conjunto de disposiciones favorables para consensuar un modelo y, a la vez, las modalidades de la televisión global establecen calidad como sinónimo de rating. Los noticieros además agregan un factor nuevo, presente en todas las cadenas: la autopromoción; mediante ella se describen a sí mismos y se otorgan validez referencial, diferencia temática, profesionalismo, exactitud y trabajo en terreno. Este hecho no es menor, pues indica la predisposición enunciativa a usar materiales expresivos, recursos visuales y cargas dramáticas. La noticia se transforma en historia y necesita ser presentada como un acontecimiento y no un hecho. Si la situación informativa ha tomado este curso, entonces ¿no deberían modificarse los ejes de evaluación de la calidad y vincularlos con las lógicas de la mediatización? ¿Cambiar los parámetros es lo adecuado? Dentro de la literatura examinada no hay respuestas significativas a este punto -más bien- la insistencia es que se cumplan las variables existentes o se ofrezca mayor número de opciones.

2.1. Roles de la Noticia

En el sentido anotado, hay autores que vinculan el contexto de transformación general de la cultura medial con las nuevas disposiciones y los roles sociales que desempeña el noticiero. Especialmente destacan el carácter “normalizador” y la función “legitimizadora” toda vez que el noticiero, en su narrativa, permite y fomenta el contacto de los actores sociales con diversos relatos identificatorios, constituyendo marcos de referencia colectivos y socialmente reconocibles, así como el abastecimiento de sentido y legitimidad, tanto de las prácticas como de la constitución de un espacio público común (Antezana, 2010).

Los noticieros televisivos son concebidos cual fueran puntos de aprendizaje que enseñan a la familia a vivir socialmente, prestando diversas competencias para enfrentar las exigencias de los tiempos modernos, ayudando a comprender los cambios, introduciendo nuevos códigos y brindando información útil para la dinámica vida social (Winocur, 2002). Una visión

contraria plantea que tal modelo noticioso contribuye a la presentación de un universo homogéneo donde el telespectador no tiene ninguna incidencia salvo reutilizar el material informativo para reforzar costumbres, naturalizar conflictos y ordenar la vida cotidiana (Imbert, 2007).

Este ámbito de transformaciones es advertido como condición transformadora de la propia producción televisiva, tanto de las grillas programáticas, los motivos, códigos de lectura y también sus gramáticas y las relaciones con las audiencias. Uno de los rasgos – particularmente- relevados concierne a la demanda de gratificación simbólica que la televisión, en general, debe proporcionar a los espectadores. Se afirma que la sociedad de la información incrementa la necesidad de entretenimiento, en contra o desmedro del modelo tradicional de los ‘mass media’, más ligados al concepto de información (López; González; Medina, 2010) y las transiciones de lo mimético a lo lúdico se vienen incrementando desde hace ya varios años. El hecho fundamental es la aparición de un género que se desmarca de la ficción tradicional y ofrece un retorno de realidad compleja y burda; polémica y artificial; kitsch y vanguardista (Ossa, 2009).

El menor espesor informativo a causa de la exacerbación de lo emocional-biográfico (Arfuch, 2009) comporta un conjunto de resignificaciones que modifican las características de las audiencias en sus prácticas y sentidos. Particularmente, estos cambios han sido observados en los gustos, hábitos y preferencias de las audiencias juveniles. Algunos estudios señalan la mutación de valores y referentes sociales. Se constata la pérdida o reducción de audiencia joven de los medios convencionales a favor del desplazamiento hacia otros medios tecnológicamente más novedosos, complejos e interactivos como internet. No obstante, se aprecia además, a escala mundial, la tendencia al aumento de los medios de comunicación y con ello a la expansión e intensificación de nuevos modos de construcción visual, relaciones de consumo y usos informativos, en un marco de sincretismos e hibridaciones que amplifican y complejizan la apropiación simbólica (López-Vidales, 2008). La re-elaboración permanente de contenidos, géneros e historias refuerza la idea de lo difícil que resulta determinar calidad ¿puede una norma soportar el régimen maleable de la televisión? ¿Debe ser una norma o un esquema de negociaciones sobre lo decible y visible? ¿Quién decide aquello?

Estas nuevas relecturas y apropiaciones implican un “nuevo” comportamiento social y nuevos vínculos con los medios, tanto en la esfera pública como en la privada, desembocando en una posible metamorfosis cultural ocasionada por el consumo audiovisual expansivo ofertado por las redes de comunicación contemporánea (García Reina, 2004). Bajo cierto marco comprensivo, se observa el debilitamiento o destitución progresiva del canon

realista y la designación de verdad; ambos parecen ser sustituidos por la emergencia de la autoreferencialidad en el discurso visual, cuestión que ya hemos indicado porque tiene una implicancia notoria en el problema de la calidad. Dicho de otro modo, se trataría del desplazamiento del paradigma de la representación hacia el principio de performatividad de la cultura medial (Arancibia, 2006) capaz de relativizar el significado mismo de la televisión.

Se advierte que —lejos de un pronóstico negativo— el público no ha dejado de ver televisión y ésta sigue siendo el medio más utilizado para informarse y entretenerse¹¹. Algunos de los hallazgos significativos en torno a la relación entre juventud y medios de comunicación indican que:

- a) los jóvenes no gustan de la televisión tradicional o convencional, pero que sin embargo no han dejado de ver televisión.
- b) Los jóvenes prefieren internet para descargar series y películas, usando un soporte con nuevos recursos y posibilidades tecnológicas (consumo a la carta).
- c) Los jóvenes constatan cambios de hábitos, de lugares y formas de consumo televisivo.
- d) Los jóvenes prefieren contenidos de entretenimiento más que los informativos.
- e) Se aprecia que los contenidos mejor evaluados por los jóvenes —y por la audiencia en general— son los de entretenimiento y los de ficción (García Reina, 2004).

Estas investigaciones consideran un decurso hacia la tensión entre marcos de referencia objetivos y construcciones ficcionales. Se trata del debilitamiento de los marcadores de realidad y de fantasía que afecta no sólo a los modos complejos de resignificación simbólica de los medios, sino que altera o modifica el propio patrón normativo de la producción televisiva.

2.2. Escenario Actual

¹¹ Fuente: Estudio Carat Expert. España, 2008.

El reporte de programación televisiva, en ocho países de iberoamérica el año 2008, revela que existen cambios en la producción, en la transmisión, en la recepción y en la diversificación de los formatos. Sin embargo, la telenovela sigue siendo la más popular¹². Una de las tesis propuesta por los autores del documento es que la telenovela y la televisión constituyen otra manera de contar la realidad (Orozco, 2007).

Asimismo, la publicidad comercial y la propaganda política se han naturalizado en la propia narrativa de las telenovelas, donde además se incluyen temas sociales y políticos controvertidos de actualidad, por lo que la programación sirve de vitrina y debate de los problemas de la sociedad contemporánea, como el derecho al aborto, la pena de muerte, la violencia intrafamiliar, la homosexualidad, los derechos laborales de los trabajadores, etc. (Orozco; Vasallo de Lopes, 2009).

Lo anterior denota y acusa la irrupción de dos factores de considerable importancia al respecto. Por un lado, el creciente tensionamiento a la frontera entre géneros de ficción y de no ficción. Por otro lado, se constata la ampliación de los formatos llamados “fccionales” (miniseries, telefilms, docudramas, reality-ficción). Paradojalmente, la ficción se va convirtiendo en un espejo de aspectos importantes de la producción industrial, cultural y audiovisual de los países iberoamericanos. De todos modos, en lo particular, cabe destacar que —según el estudio de OBITEL 2008, de los ocho casos estudiados—, Chile fue el país con menor oferta de programación de ficción y con una disminución significativa en comparación con el 2007.

De esta manera, en la emergencia y expansividad general de los géneros de entretenimiento se constata una acentuada tendencia hacia la auto-referencialidad y la intertextualidad (Tous Rovirosa, 2009), rasgos que parecieran ser distintivos, particularmente signados en el marco de lo que se ha tenido por nombrar la “meta-televisión” (Carlón, 2006), o la “post-televisión” (Imbert, 2007). Esta cuestión ya se dejó advertir en los estudios de OBITEL 2006, cuando se señala que la televisión más tradicional separaba la ficción de los reportajes periodísticos acerca de acontecimientos factuales, mientras que los nuevos géneros televisivos a menudo narran ficcionalmente hechos sociales contingentes y dramáticos. Habría entonces una innovación narrativa que hibridiza la ficción con algunos aspectos de la realidad social, y cuyo mayor realismo, en consecuencia, lleva a que esos géneros sean programados en prime time para adultos.

¹² Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva (OBITEL). Argentina, Brasil, Chile, Estados Unidos, España, México, Portugal, Uruguay, 2008.

El estudio señala que la producción de ficción televisiva estaría constituyendo el motor de la industria cultural nacional, no sólo por la ficción producida para ser puesta en pantalla, sino porque desde un punto de vista económico, hay un enorme traspaso de dinero hacia profesionales involucrados en la producción ficcional (Fuenzalida; Julio; Suit; Souza; Silva; Villalobos; Aguirre, 2006). Esto arrastra a una consecuencia casi inmediata, se produce una mayor demanda de ficción diferenciada, tanto de parte de los públicos, como de los productores. Crece la presencia de programas donde la realidad es tratada con lenguajes cinematográficos, las escenas están pauteadas a pesar de su efecto de naturalidad y los públicos pasan de espectadores a protagonistas. Estos programas señala Ruggero Eugeni (2005) ofrecen un *'narrative design'* de amplio espectro que convierte lo real en un juego de identidades.

Así se produce un curioso o casi paradójico desplazamiento de los marcos de referencia social, ahí donde se señalaba el principio de realidad, se impone una inmanencia signífica más próxima al espectáculo que al discurso veritativo; y ahí donde se disponía la supremacía ficcional, los textos se resignifican como textos de confianza social, de interpelación y debate de las problemáticas contemporáneas.

Otra señal de esa paradoja se deja reconocer en aquella argumentación que señala que los medios de comunicación tienen, actualmente, la necesidad de buscar elementos de diferenciación en su desempeño editorial y en su función de informar. Es la única manera de responder a un entorno permanentemente cambiante en el que se encuentran. La posibilidad o necesidad de esa diferenciación no sólo definiría la calidad, sino también pasa a constituir parte del valor de la marca del medio mismo (Pellegrini, 2010). Pellegrini¹³ propone el "valor agregado periodístico" (VAP) para medir las pautas de los noticieros de televisión de dos tipos de canales, aquellos que llama de "referencia" y que distingue de aquellos que designa "populares". En Chile, los cuatro canales principales, ofrecen una escasa diferenciación en sus informativos; no se aprecia coherencia con su imagen corporativa y poco contribuyen al valor de la marca del medio.

Esto se explicaría, en cierta medida, porque los medios han ido abandonando su labor informativa sobre temas de relevancia para la sociedad en su conjunto, y han venido priorizando o entregando más atención a los temas livianos, de entretención o de impacto (Watson y Hill, 2003). Al tiempo que la cobertura dramatizada de las noticias socava el rol de la prensa de iluminar a las sociedades democráticas (Uribe y Gunter, 2007). Lo que significa

¹³ Pellegrini, Silvia - Análisis en los noticieros de televisión chilenos. La pauta como factor de calidad y perfil editorial. Chile (2010).

faltar al compromiso de los medios de generar un debate sobre los temas que afectan a la ciudadanía, en tanto hacen imposible la construcción de un espacio público que acoja a los distintos sectores sociales (García Aviles, 2007).

En lo particular, el estudio de Pellegrini concluye que los perfiles de pauta propuestas por los noticieros de la televisión chilena, impiden diferenciar entre medios de “referencia” y otros que optan por un perfil más “popular”. Los canales de televisión chilenos persisten en sobredimensionar la cantidad de información deportiva (especialmente fútbol) que abarca prácticamente un cuarto de todas sus pautas. Llama la atención sobre el escaso número de fuentes utilizadas y el exceso de fuentes testimoniales presentes en todos los canales.

“Esto redundaría en ofrecer menos perspectivas sobre los hechos, lo que disminuye las posibilidades de que el público reciba información completa, que le permita ponderar libremente sus decisiones sobre la vida en sociedad” (Pellegrini, 2010).

De cierto modo esto sería explicado, recurrentemente por el componente o el carácter comercial del campo televisivo. La industria televisiva está buscando un formato de programa de televisión que le garantice el éxito de audiencia. Para ello, los creativos, guionistas y productores se han dedicado a mezclar rasgos de múltiples géneros televisivos (Martín Sabaris, 2002). Se persigue una permanente renovación de los llamados formatos televisivos, en la creencia de que la novedad atraerá a un mayor número de espectadores.

Sin embargo, el noticiario de televisión, nacido hace más de cincuenta años, es el género que menos cambios habría sufrido y sigue concentrando a miles y miles de espectadores, llegando a afirmar que el éxito de los noticieros de televisión se basa en la idea —todavía divulgada— de que todo buen ciudadano debe estar informado. El informativo se presenta así como la manera más rápida, menos trabajosa y más entretenida de sentirse informado, al tiempo que permite ser testigo directo de los acontecimientos más importantes (Martín Sabaris, 2002).

Así confluyen y se funden los principios de la entretención y los de la información, produciendo un plano de integración tal, que la vida social es convertida en comedia y la comedia elevada a rango de vida social. En una línea semejante, se sugiere que una de las innovaciones más relevantes en los formatos televisivos es la comedia de situación (sitcom) como paráfrasis de la realidad y la problemática social. La comedia de situación sería uno de los formatos de televisión más convencionales en su estructura narrativa y en su producción. En lo formal ésta pareciera no haber cambiado sustancialmente desde hace cincuenta años. De hecho, algunos críticos auguraron su pronta muerte, sin embargo, el último tiempo se propició un nuevo tipo de comedia de situación que ha revitalizado a la Sitcom marcando

una nueva tendencia de la comedia televisiva en el siglo XXI (Bonaut Iriarte, 2009). Sus principales rasgos son la mezcla de la ficción y la realidad, la influencia del cine y del estilo documental como representación de personajes y un humor absurdo. Esta nueva Sitcom con la puesta en escena de arriesgados temas sociales actuales, como el sexo, la violencia, la destrucción de valores familiares, la homosexualidad, etc. hacen de ella un formato de referencia, debate e inscripción de la realidad social (Grandío, 2009).

Sin duda que esto conduce a repensar la relación entre género informativo y género de entretenimiento; y con ello, por cierto, sus implicancias. Por de pronto, repensar —una vez más—, la intrincada relación entre lo público y lo privado; así como su correlato entre ciudadanía y consumidores; entre información y mercancía; en última instancia, entre bien común e interés particular. Los géneros de entretenimiento han transformado los estilos narrativos y plantean un desafío a los conceptos de calidad, es probable que la disminución de su papel en la literatura especializada se deba a ésta y otras circunstancias. No hay una problematización de los alcances y las adaptaciones de la calidad a los fenómenos descritos y, en muchos casos, ante la insuficiencia de contenido renovador se remarcan las visiones pedagógicas o morales.

Esta tensión se hace cada vez más patente en la bibliografía examinada en cuanto se constata que la columna vertebral que articula todas las televisiones —nacionales, regionales y locales— son los informativos y el carácter social de su programación. Si bien todavía subsisten como género y nomenclatura, estos formatos televisivos de información se han ido mixtificando. La información ha variado su esencia. De la información “objetiva” hemos pasado a la dramatización narrativa con la sensibilización e identificación de los personajes. La espectacularización de la información se convierte en la seña de identidad de los nuevos informativos para alcanzar mayor audiencia (Gutierrez; Rodríguez; Gallego Santos, 2010).

Así hay estudios que concluyen que la lucha de las cadenas televisivas por alcanzar los niveles más altos de audiencia ha llegado a imponer el “todo vale”, dando lugar a una mercantilización de la información que podría definirse como “el fin de la concepción de la información como un bien social, para pasar a convertirse en un mero producto comercial” (Ortells, 2009).

3. DISCUSIÓN

A pesar de la tendencia a la estandarización que presenta la mayoría de los programas televisivos ¿sería muy impreciso creer que se pueden construir criterios universales de calidad? ¿En todos los casos? Tampoco se trata de imaginar la imposibilidad de generar reglas comunes de apreciación y evaluación, más bien, se trata de identificar qué elementos estructurales son factibles dentro de un modelo comprensivo que ayude al diagnóstico y la proyección. En este estudio bibliográfico hemos considerado oportuno indicar tres cuestiones metodológicas:

- a. Las imágenes televisivas contemporáneas muestran –preferencialmente- relaciones interpersonales que dependen de la llamada migración de géneros basada en la influencia cinematográfica de lo ficcional y melodramático.
- b. Los programas de televisión buscan especializar sus contenidos y por lo mismo se abren a experimentar con los géneros modificando las rutinas programáticas, segmentando las audiencias e imponiendo estilos decididos por factores corporativos y económicos.
- c. La calidad televisiva más que implicar un valor consensuado es un objeto de disputa y análisis, cuya posición institucional hoy es débil para instituir criterios aceptados.

A lo largo de la última década, la calidad, en cuanto, instrumento de medición e índice de valor ha sufrido muchos giros (Prado, 2003). Su importancia es relativa y situacional generando diferentes tipos de polémicas, interpretaciones y propuestas metodológicas. Sin duda que las determinantes culturales, políticas y económicas son las más citadas, pero en grado y fondo muy diversos. Asimismo, los actores, al provenir de distintas esferas sociales asumen definiciones, en la mayoría de los casos, antagónicas. En un sentido global ocupan dos espacios: la ciudadanía-audiencia y la institución-producción. Otro aspecto funcional es la lógica del discurso televisivo basado en la dramatización, performatividad, esquematización y experimentalidad que permite reproducir los formatos ya probados junto con introducir cambios –progresivos- que mantengan el éxito y el flujo de consumo. De lo anterior deriva que los géneros de información y entretenimiento no ficcional están determinados por factores de riesgo que incluyen popularidad, avisaje y contenido “políticamente correcto” que es definido –en su mayoría- por el mismo género, en función de logros, competencias y continuidad. La condición híbrida de los géneros analizados en este informe, expresa las dificultades para la confección de patrones o plantillas estables,

pues parece evidente que su estructura será sometida a las innovaciones necesarias de acuerdo a la fluctuación de los públicos y las necesidades operativas de las emisoras. En este plano las entidades televisivas no se sienten atraídas a cumplir exigencias de calidad que entorpezcan “un mundo” flexible y contingente que está siempre expectante de nuevas claves y nichos de producción. De todas maneras, es claro que los géneros se modifican más lentamente de lo que sus autores dicen: a nadie le interesan los “accidentes industriales”, según señala François Jost respecto a la prudencia de la televisión para involucrarse en programas que no resulten exitosos.

Los géneros evaluados son parte de una actualidad productiva articulada por una economía cultural; una política institucional y un sistema narrativo-visual que tienen por misión jerarquizar los programas en atención a las expectativas comerciales, las visiones de mundo editorial y la estructura de los formatos audiovisuales en competencia. Así, los criterios se guían por unas prácticas y unos resultados. De la revisión se desprende la posibilidad de pensar que algunos criterios complementarios a los mencionados podrían ser:

1. tolerancia/discriminación
2. autoridad/diferencia
3. integración/exclusión
4. sensibilidad/esquemmatización

Proponemos un trabajo por parejas, gracias a que ayudan a entender el régimen televisivo a partir de sus contrastes y en particular, reconocen la especificidad de los noticieros y la no ficción. Es difícil medir la calidad sólo desde lo narrativo o programático, teniendo en cuenta la consistencia formal de los lenguajes audiovisuales. Integrar una visión interdisciplinaria es también un factor metodológico necesario debido a que no es inexacto afirmar que la calidad requiere una fundamentación epistemológica y no sólo una verificación de comportamiento medial.

A partir de estas consideraciones las cuatro parejas de conceptos se presentan como un recurso analítico-simbólico capaz de aplicarse a la materialidad comunicativa de noticias y realidades dramatizadas y usarse como diagrama de flujo de las formas expresivas y las escenas visuales que representan. Hemos optado por un informe más conceptual, en aras, de contribuir a dimensionar los procesos de sentido y las decisiones en que se basan. Existe una rica y extensa acumulación de archivos estadísticos y descripciones funcionales

desarrolladas por la industria, el Consejo de Televisión y los especialistas que documentan una variedad infinita de problemas imposibles de abarcar en esta apretada síntesis.

Concluimos proponiendo la dirección interpretativa de los criterios sugeridos:

- En el primer caso –tolerancia/discriminación- en el nivel discursivo y visual, es posible advertir qué dimensiones de mundo se muestran a la hora de comunicar conflictos sociales, sexuales, políticos y quienes son reconocidos en ellos positiva o negativamente.
- En el segundo caso –autoridad/diferencia- importa destacar los grados de escenificación de actores y sentidos con la finalidad de determinar los énfasis de la representación socio-cultural que se aceptan y a quienes se presentan como responsables.
- En el tercer caso –integración/exclusión- es posible reconocer las orientaciones, inducciones y negaciones activadas al ficcionar o informar sobre sujetos y colectivos, medio ambiente y mercado, movimientos sociales y régimen jurídico, etc.
- En el cuarto caso –sensibilidad/esquemmatización- determinar las estrategias melodramáticas que recrean el vínculo entre los límites de la afectividad y su espectacularización dentro de un escenario marcado por la preeminencia de lo biográfico mediatizado.

Estos criterios podrían servir para estructurar un modelo de análisis y confección de pautas de calidad teniendo en cuenta: instituciones representadas; discursos difundidos; prácticas escenificadas y sujetos legitimados.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ANTEZANA, Lorena (2010). El noticiero televisivo y su rol social: el caso chileno. Razón y Palabra, 71. 2010. México: Tecnológico de Monterrey.
- ARANCIBIA, Juan Pablo (2006). Comunicación Política. Fragmentos para una genealogía de la mediatización en Chile. Santiago: Editorial Universidad Arcis.
- ARFUCH, Leonor (2009). Visualidades sin fin. Buenos Aires: Prometeo.
- BARKER, Crhis (2003). Televisión, globalización e identidades culturales. Buenos Aires: Paidós.
- BLUA, Beatriz (2011). El rating de la televisión. Buenos Aires: La Crujía.
- BONAUT IRIARTE, J; GRANDÍO PÉREZ, M. (2009). Los nuevos horizontes de la comedia en el siglo XXI. Revista Latina de Comunicación Social n°64.
- BRETON, Stephane (2005). Télévision. Paris: Hachette Littérature.
- BRUNER, Jerome (2003). La fábrica de historias. Buenos Aires: FCE.
- CANCLINI, Néstor (2005). Diferentes, desiguales y desconectados. Barcelona: Gedisa.
- CARLON, Mario (2006). De lo cinematográfico a lo televisivo. Metatelevisión, lenguaje y temporalidad. Buenos Aires: La Crujía.
- DURHAM, John. (1997). “Más allá del temor de las imágenes”, en VV.AA. El Espacio Público en imágenes. Barcelona: Gedisa.
- ECO, Umberto (1990). La estrategia de la Ilusión. Barcelona: Lumen.
- EUGENI, Ruggero (2005). “El relato real. Estrategias de narrativización en la reality televisión”. España: Revista deSignis. Gedisa.
- FABBRO, Gabriela (Coo.). (2006) Calidad Televisiva. Tendencias y valores en la programación argentina. Buenos Aires: Ediciones Universidad Austral.
- FUENZALIDA, Valerio.; JULIO, Pablo.; SUIT, Soledad.; SOUZA, María Dolores.; SILVA, Verónica.; VILLALOBOS, Andrea.; AGUIRRE, Constanza. (2007) Tendencias en ficción televisiva. OBITEL Chile 2006. Cuadernos de Información n°20. Santiago, Chile.
- GARCÍA AVILÉS, José Alberto. (2007). El infoentretenimiento en los informativos líderes de audiencia en la Unión Europea. Análisis n°35. España.
- GARCÍA REINA, Leticia. (2004). Juventud y medios de comunicación. España: Revista Ámbitos. N°11-12.
- GRANDÍO PÉREZ, María del Mar. (2009). Audiencia, fenómeno fan y ficción televisiva. el caso de friends. Buenos Aires: Libros en Red.
- GUTIÉRREZ, Begoña.; RODRÍGUEZ, Maribel.; GALLEGO, María. (2010). El tratamiento de las noticias televisivas a debate de la información a la dramatización. Tenerife: Revista Latina de Comunicación Social. n°65.

- IMBERT, Gerard (2008). El transformismo televisivo. Postelevisión e imaginarios sociales. Madrid: Cátedra.
- LASAGNI, María Cristina, RICHERI, Giuseppe (2006). Televisión y calidad. El debate Internacional. Buenos Aires: La Crujía.
- LONGWORTH, John Jr. (2002). TV Creators: Conversations with America's Top Producers of Television Drama. Volume Two. Syracuse: University of Syracuse Press.
- LÓPEZ, Nereida.; GONZÁLEZ, Patricia,; MEDINA, Elena. (2010). Jóvenes y televisión en 2010: un cambio de hábitos. España: Zer. Vol.16. Núm.30. 2011.
- MEDINA, Mercedes (2006). Calidad y contenidos audiovisuales. Pamplona: EUNSA.
- Mellet, Pierre. (2007). "Propaganda es lo que hacen los demás: Cómo la estructura ritual del noticiero de televisión formatea nuestras mentes". Publicado en Voltairenet. Disponible en: <http://www.voltairenet.org/article151749>.
- MISSIKA, Jean-Louis (2006). La fin de la télévision. París: Seuil.
- MORLEY, David (2008). Medios, modernidad y tecnología. Barcelona: Gedisa.
- OROZCO, Guillermo. (2007). ¿Qué hemos hecho los televidentes para merecer esta ficción? Culturas y Mercados de la ficción en Iberoamérica. Barcelona: Gedisa.
- OROZCO, Guillermo.; VASALLO DE LOPES, María. (2009) Observación de la ficción televisiva en ocho países iberoamericanos. Revista Comunicación y Sociedad. Departamento de Estudios de la Comunicación Social. Universidad de Guadalajara. México.
- OSSA, Carlos (2009). La semejanza perdida. Ensayos de comunicación y estética. Santiago: Metales Pesados.
- ORTELLS, Sara. (2009). La mercantilización de la información: la nueva era de la información en televisión. Tenerife: Revista Latina de Comunicación Social, nº62.
- PELLEGRINI, Silvia. (2010). Análisis en los noticieros de televisión chilenos. La pauta como factor de calidad y perfil editorial. Santiago, Chile.
- PRADO, Emili (2003) "La espectacularización de la realidad". Madrid: Anuario Geca.
- PRIGGÉ, Steven (2005). Created by inside the minds of TV's top show creators. Los Angeles: Silman-James Press.
- RINCON, Omar (2005). Televisión pública: del consumidor al ciudadano. Buenos Aires: La Crujía.
- SOULAGES, Jean-Claude (2005). "Formato, estilo y géneros televisivos". España: Revista deSignis 7/8. Gedisa.
- SOTO, Marita, STEIMBERG, Oscar y TRAVERSA, Oscar (2009). El volver de las imágenes. Buenos Aires: La Crujía.
- TORNERO, José y VILCHES, Lorenzo (2010). Libro blanco sobre la televisión educativa y cultural en Iberoamérica. Barcelona: Gedisa.

- TOUS ROVIROSA, Anna (2010). La era del drama en televisión. Perdidos, CSI: Las Vegas, El ala oeste de la Casa Blanca, Mujeres desesperadas y House. Barcelona: UOC Press.
- URIBE, Rodrigo.; GUNTER, Barrie. (2007). Are Sensational news stories more likely to trigger viewers emotions than non-sensational news stories? A content analysis of British TV news. UK: European Journal of Communication 22.
- VILLEGAS TABORGA, Susana (2008). “Televisión nacional: fragmentos entrecortados de realidad” en Punto Cero v. 13 N° 17, Cochabamba, Bolivia.
- WALLACE, David Foster (2001). Et unibus pluram. Televisión y narrativa Americana. Barcelona: Grijalbo.
- WINOCUR, Rosalía. (2002). Ciudadanos mediáticos. Barcelona: Gedisa.