

CIC ES UN PROYECTO editorial del Departamento de Periodismo III de la Universidad Complutense de Madrid. Como el Departamento, esta revista recibe las primeras colaboraciones desde formaciones académicas distintas y tareas docentes igualmente distintas. El tema central "Información y Drama en televisión" es tratado aquí desde la Teoría General, la Estructura y la Ética de la Información.

Felícísimo Valbuena, a quién se debe la fundamentación de la Teoría General de la Información desde la Teoría del Cierre Categorial, de Gustavo Bueno y la original aplicación de las teorías de Eric Berne al campo de la comunicación, con sus estudios sobre la Teoría del Guión Vital en Literatura y Cine y las aplicaciones de esta teoría en Instituciones y empresas, presenta en esta ocasión su artículo "Juegos y Maniobras en el Periodismo".

Este trabajo es un punto de partida para catalogar los juegos y maniobras fundamentales de los periodistas y de quienes emplean a los medios de comunicación para lograr sus fines. La actividad investigadora de este asunto permanece abierta, pues conforme se introducen nuevas modalidades de trabajo periodístico y de acceso a los medios, más se va ampliando la gama de los juegos. Un tema atractivo de investigación es las múltiples maneras que las personas tienen de encadenar unos juegos con otros y de ver cómo la respuesta a un juego es otro juego complementario. Además, las Antítesis serán uno de los puntos inconfundibles del periodista excelente en los próximos años. Sobre todo, si el periodista se convence de que el humor es una de sus armas fundamentales.

Francisco Vázquez que en su larga vida académica y como colaborador de numerosos medios de comunicación, ha publicado un buen número de trabajos sobre "vida privada, vida íntima y vida pública"; "responsabilidad social del informador"; "autocontrol, autocensura y libertad de expresión"; y el "secreto profesional como valor ético", nos aporta un conjunto de reflexiones sobre los "vicios éticos de la información".

Para Vázquez pocas veces, en su discurrir histórico, la sociedad ha estado peor informada. La información no goza de una transmisión sincera y auténtica desde un

emisor responsable a unos públicos plurales, a través de mensajes veraces. Falta la relación comprometida entre ética-información. Se trata -en la actual comunicación masiva, controlada por los altos poderes de la empresa y de la política- de dos palabras más excluyentes que relacionadas esencialmente. Sobre todo, la información audiovisual convierte la información en un "espectáculo de la realidad", con sentido dramático o de impacto publicitario-emocional. Lo "razonable" de los mensajes cede, predominantemente, su puesto a mensajes comercialmente eficaces y persuasivos. La concentración informativa se rige, fundamentalmente, por criterios de empresa y de objetivos comerciales. La "noticia" es un producto vendible, consumible y competitivo dentro del libre mercado de una sociedad postindustrial o de profesiones y servicios.

Angel Benito, iniciador en España de la Teoría General de la Información, a quién debemos los primeros trabajos rigurosos para una adecuada fundamentación de nuestro campo científico, presenta en la *"dramatización de la violencia"* un estudio de máxima actualidad. Incluso en la *"factoría televisiva por excelencia"*, los Estados Unidos, la investigación sobre la violencia de los contenidos televisivos preocupa cada vez más.

Para Benito los medios de comunicación son, sobre todo, instrumento para la información de los ciudadanos. Desde este punto de vista se han convertido en fundamento muy valioso de las sociedades contemporáneas. En su acción diaria facilitan el acceso de los públicos a lo que debe llamarse la sociedad del conocimiento, que facilita la participación de los ciudadanos en las tareas colectivas. Los públicos se convierten en protagonistas de su propia historia y de la historia cotidiana que recogen los contenidos informativos. Y estos contenidos informativos son violentos porque reflejan hechos sociales que así son. Otra cosa es como debe ser la forma en que se presenten esos hechos.

La resolución de este problema, la presentación de la violencia en la pantallas de la televisión, es un asunto de la mayor urgencia, ya que las investigaciones de los últimos veinte años denuncian que las escenas violentas que aparecen en la televisión se han multiplicado por diez en los más variados programas.

María Rosa Pinto, que ha trabajado sobre la *"influencia del humor en el proceso de comunicación"* y la *"dimensión moral de los comportamientos humanos en la historia del cine"*, se ocupa en esta ocasión de analizar el *"discurso narrativo en televisión"*.

Más información no significa una información mejor. Para la profesora Pinto, frente a la posible subordinación de los productos televisivos informativos y/o de ficción es preciso conseguir una liberación crítica. El proceso a seguir deberá poner la atención no sólo en lo que el producto televisivo dice sino en cómo está organizado, en los efectos que consigue y en cómo lo produce. El camino trazado supone un recorrido de vuelta que implica una *deconstrucción de los productos emitidos*. Este trabajo se centra en una de esas técnicas retóricas: el discurso narrativo, donde drama e información en televisión configuran un rasgo distintivo de los documentos audiovisuales.

Wenceslao Castañares, que ha trabajado sobre los aspectos semióticos de los procesos comunicativos y sobre la recepción e interpretación de los mensajes informativos y estéticos, presenta el primero de los tres artículos que tratan el tema de los reality shows.

Para Castañares, los llamados reality shows son programas de televisión que constituyen un ejemplo especial y significativo de la evolución experimentada por la programación en los últimos años. Parte, para analizar este fenómeno, de las nociones teóricas de Género y Realidad. Desde esta perspectiva explora las funciones, formatos y contenidos de unos programas que no son fáciles de definir.

El segundo artículo sobre este tema se debe a Gonzalo Abril quién, también desde una perspectiva semiótica, se ha ocupado en los últimos años de los problemas culturales (comunicación masiva, procesos simbólicos e identidades culturales) y de la función de las pasiones en las identidades y comportamientos colectivos. En *"la televisión hiperrealista"* presenta un estudio perfectamente conectado con el de Wenceslao Castañares.

Para Abril en el llamado reality show se condensan las nuevas tendencias de producción y consumo televisual. El reality show es la expresión más clara de la "neotelevisión", que tiende a borrar los límites tradicionales entre géneros, a espectacularizar el contacto interpersonal y a proponer, paradójicamente, un individualismo masivo y democrático. Los discursos neotelevisuales acrecientan el valor de la "autenticidad", más allá de la "veracidad" y de la "verosimilitud" de los discursos televisivos tradicionales. Aparecen por ello como parte de un desplazamiento más general de la cultura masiva hacia un régimen "indicial" de la semiosis.

Eva Aladro, desde una perspectiva diferente, aporta el tercer artículo sobre esta peculiar forma de hacer televisión. Para ella, el análisis de la presentación de la violencia en televisión y sus efectos tiene su propia tradición científica. Los estudios de George Gerbner sobre el efecto de victimización asociado a la violencia televisiva y la tesis de Edgar Morin sobre los fenómenos psicológicos de la proyección y la identificación en los medios de comunicación masivos constituyen una base teórica muy adecuada para estudiar una nueva forma de violencia televisiva: el reality show, en el que la victimización imparte lecciones de poder al público, esta vez lecciones acerca del poder de dominación de los grupos primarios y acerca del poder del medio mismo. Los reality shows provocan y favorecen las proyecciones emocionales bordeando los límites de la verdad y el juego limpio. Bajo las proyecciones positivas se esconden identificaciones negativas en un género televisivo que tiene una estructura de credibilidad compleja y múltiple. En este nuevo producto de entretenimiento permanecen ocultos la violencia y ciertos mecanismos coercitivos.

Con los artículos siguientes cambiamos de tema y de enfoque. Fernando Quirós Y Pinar Agudiez centran sus análisis en los Estados Unidos de América, desde su común condición de profesores de Estructura de la Información. Se ocupan de temas que tienen mucho que ver entre sí. El primero sobre la influen-

cia nociva que para la libertad de información tiene la concentración de las empresas. La segunda sobre el fenómeno de los telepredicadores y los talk shows, muy ligado al proceso de concentración y de ascenso de la denominada "nueva derecha" norteamericana.

Quirós, que ha publicado sus trabajos sobre estructura de la comunicación internacional; sistemas nacionales y regionales de medios de comunicación y los procesos de concentración multimedia y control de la información, presenta en este número *"las cadenas de la información norteamericana"*.

Desde una perspectiva crítica cuyos referentes son Wright Mills, Schiller, Bagdikian y Chomsky, aborda el estudio de los condicionamientos económicos y políticos de los informativos de las cadenas de televisión norteamericana. Describe críticamente todo el proceso de concentración de la propiedad, la interconexión de los consejos de administración de las empresas con la gran industria, y la banca. Se ocupa de una parcela específica, la televisión, pero su análisis debe enmarcarse en el conjunto de la estructura norteamericana de medios de comunicación, que sufre un proceso de concentración y control por la élite política y económica. Se considera que la desregulación impulsada por Ronald Reagan es un factor que acelera y aumenta los mecanismos de control de la televisión, pero no es el desencadenante del proceso que estamos viviendo. El control de las redes de televisión arranca prácticamente de su nacimiento por lo que la "revolución conservadora" (la de Reagan-Bush y la Gingrich) ha hecho caer las máscaras, pero no cabe separar los mecanismos de control anteriores de los presentes.

Agudiez en *"los telepredicadores, los talk shows y la Primera Enmienda"*, trata de uno de los fenómenos más típicamente norteamericanos, surgido en la década de los setenta, y que ha venido a alcanzar hoy una especial notoriedad en los medios de información de todo el mundo a raíz del atentado de Oklahoma del 19 de abril de 1995. Se trata de la especial utilización, que de los medios de información han efectuado los llamados grupos de presión (lobbies) norteamericanos.

Finalmente, en la sección de Ensayo, Javier del Rey, cuya labor investigadora se ha orientado hacia la "Comunicación Política", la "Epistemología de la Información", sostiene en su *"La república de los sentimientos"* que, la televisión no es un simple grifo de imágenes, como el automóvil no es un simple artefacto que devora kilómetros. Un día hizo su presentación en sociedad. Desde entonces, la sociedad hace su presentación en televisión. Lo que parecía ser un objeto más en la sala de estar, se reveló como un artefacto capaz de cambiar el discurso de la empresa, de la política o de la religión. Información y distracción, drama en cantidades industriales, máquina hermenéutica, oficina mediadora, la televisión instaura entre nosotros una inagotable república de emociones: ella tiene la clave del conocimiento y de la relación que el ciudadano consigue establecer con los objetos sociales. El artículo diseña las líneas directrices de una epistemología de ese invento que juguetea con nosotros.

Esperamos con este primer número contribuir al debate y a la investigación. Por lo pronto, los abstract estarán disponibles via Internet en breve plazo y, en algo más de tiempo, CIC será también una revista electrónica.

Madrid, otoño de 1995