

Percepciones de la audiencia respecto del uso del melodrama en noticias por televisión: entre el entusiasmo y el desprecio*

Constanza Mujica¹
Daniela Grassau²
Ingrid Bachmann³
Nadia Herrada⁴
Pablo M. Flores⁵
Soledad Puente⁶

Recibido: 14/03/2019
Aprobado por pares: 16/08/2019

Enviado a pares: 16/03/2019
Aceptado: 28/08/2019

DOI: 10.5294/pacla.2020.23.4.1

Para citar este artículo / to reference this article / para citar este artigo

Mujica, C., Grassau, D., Bachmann, I., Herrada, N., Flores, P. M. y Puente, S. (2020). Percepciones de la audiencia respecto del uso del melodrama en noticias por televisión: entre el entusiasmo y el desprecio. *Palabra Clave*, 23(4), e2341. <https://doi.org/10.5294/pacla.2020.23.4.1>

Resumen

En los noticiarios de América Latina, es frecuente la utilización de recursos melodramáticos: focalización en historias personales, exacerbación de emociones, uso de figuras retóricas y recursos como primeros planos y música dramática, etc. Este fenómeno tiende a ser criticado por expertos,

* Los datos presentados en este artículo fueron obtenidos en el marco del Fondo Nacional de Desarrollo Científico y Tecnológico de Chile (Fondecyt), proyectos 1170725 y 1150379 (estudio A) y proyecto 1150310 (estudio B).

1 <https://orcid.org/0000-0001-8003-1576>. Pontificia Universidad Católica de Chile, Chile. mcmujica@uc.cl

2 ✉ <https://orcid.org/0000-0001-7846-8322>. Pontificia Universidad Católica de Chile, Chile. dgrassau@uc.cl

3 <https://orcid.org/0000-0002-2805-5148>. Pontificia Universidad Católica de Chile, Chile. ibachmann@uc.cl

4 <https://orcid.org/0000-0003-4344-6080>. Pontificia Universidad Católica de Chile, Chile. nherrada@uc.cl

5 <https://orcid.org/0000-0002-5978-6672>. University of California, Davis, Estados Unidos de América. pmflores@ucdavis.edu

6 <https://orcid.org/0000-0002-6288-883X>. Pontificia Universidad Católica de Chile, Chile. spuente@uc.cl

profesionales y miembros de la audiencia que asocian melodrama con sensacionalismo o con la cobertura de hechos de escasa relevancia. Este artículo presenta los resultados de dos investigaciones realizadas en Chile, las cuales, a partir de la aplicación de metodologías cualitativas (grupos focales, en el primer caso, y entrevistas en profundidad, en el segundo), tienen por objetivo explorar las percepciones que la audiencia tiene sobre el uso de recursos melodramáticos en los noticiarios de televisión abierta de Chile, cuáles son las características que valoran y las que rechazan de estos recursos, y distinguir si existen diferencias en tal percepción cuando se trata de la cobertura informativa de noticias de alta carga emocional como los desastres. Los resultados dan cuenta de percepciones mixtas, entre la crítica y el optimismo, pues los participantes de ambos estudios resaltan que, si bien les molesta el exceso de melodrama, su inclusión en los noticiarios incrementa la empatía y mueve a la acción. Durante la cobertura de desastres se advierte, además, que se produce una percepción diferenciada de las historias entre los afectados y no afectados por sus consecuencias.

Palabras clave (Fuente: tesoro de la Unesco)

Melodrama; noticias; flujo de noticias; televisión; recepción; desastres.

Audience Perceptions of the Use of Melodrama in News Programs: Between Enthusiasm and Contempt*

Abstract

In Latin America, news programs frequently leverage melodramatic resources: targeting of personal stories, exacerbation of emotions, use of rhetorical figures, close-ups, dramatic music, among others. This phenomenon tends to be criticized by experts, professionals, and members of the audience who associate melodrama with sensationalism or the coverage of irrelevant events. This article presents the results of two studies carried out in Chile using qualitative methods (focus groups, in the first case, and in-depth interviews, in the second). They aimed to explore the audience's perceptions of the use of melodramatic resources in the Chilean open television news and the characteristics they value and reject, and find differences in such perception regarding informative coverage of highly emotional news, such as disasters. The results show mixed perceptions, between criticism and optimism, as the participants in both studies highlight that, while excess melodrama bothers them, its inclusion in news programs develops empathy and moves them to action. As to the coverage of disasters, stories are perceived differently between those affected and not affected by their consequences.

Keywords (Source: Unesco Thesaurus)

Melodrama; news; news flow; television; reception; disasters.

* The data presented in this article were obtained within the framework of the National Fund for Scientific and Technological Development of Chile (Fondecyt), projects 1170725 and 1150379 (study A) and project 1150310 (study B).

Percepções do público com relação ao uso do melodrama em notícias por televisão: entre o entusiasmo e o desprezo *

Resumo

Nos telejornais da América Latina, é frequente a utilização de recursos melodramáticos: focalização em histórias pessoais, exacerbação de emoções, uso de figuras retóricas e recursos como primeiros planos e música dramática, etc. Esse fenômeno tende a ser criticado por especialistas, profissionais e membros do público que associam melodrama ao sensacionalismo ou à cobertura de fatos de pouca relevância. Este artigo apresenta os resultados de duas pesquisas realizadas no Chile, as quais, a partir da aplicação de metodologias qualitativas (grupos focais, no primeiro caso, e entrevistas em profundidade, no segundo), têm por objetivo explorar as percepções que o público tem sobre o uso de recursos melodramáticos nos telejornais de televisão aberta do Chile, quais são as características que valorizam e as que rejeitam desses recursos, e distinguir se existem diferenças em tal percepção quando se trata da cobertura informativa de notícias de alto teor emocional como os desastres. Os resultados apresentam percepções mistas, entre a crítica e o otimismo, pois os participantes de ambos os estudos realçam que, embora o excesso de melodrama os incomode, sua inclusão nos telejornais aumenta a empatia e move à ação. Durante a cobertura de desastres, observa-se também que há uma percepção diferenciada das histórias entre os afetados e não afetados por suas consequências.

Palavras-chave (Fonte: tesouro da Unesco)

Melodrama; notícia; fluxo de notícias; televisão; recepção; desastres.

* Os dados apresentados neste artigo foram obtidos no âmbito do Fundo Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico do Chile (Fondecyt), projetos 1170725 e 1150379 (estudo A) e projeto 1150310 (estudo B).

Introducción

En las últimas cuatro décadas, estudiosos del periodismo han criticado la cobertura informativa contemporánea —sobre todo de la televisión— por concentrarse en temas irrelevantes y de manera sensacionalista en desmedro de asuntos socialmente significativos (García, 2018). La literatura utiliza, por ejemplo, conceptos como *infoentretenimiento* (Nguyen, 2012; Thussu, 2008), *tabloidización* (Blumler & Gurevitch, 1995) y *videomalaise* (Robinson, 1975, citado por Mutz y Reeves, 2005) para referirse a la tendencia hacia la exacerbación del entretenimiento en la programación informativa, la apropiación del estilo de los medios populares por parte de los de referencia y las actitudes negativas que resultan del alto consumo de televisión. Los dardos apuntan a los temas y al tratamiento periodístico, con simplificación de contenidos y abuso de recursos audiovisuales como primeros planos y música dramática (Franklin, 2005).

Algunos de estos modos de tratamiento, sin embargo, pueden vincularse a lo que la academia latinoamericana tradicionalmente ha identificado como recursos propios del melodrama, los cuales no necesariamente se vinculan a connotaciones negativas: personajes arquetípicos que representan la lucha del bien y el mal, enunciación patética y visualización del dolor, presencia de figuras retóricas de exceso, focalización en lo personal y lo doméstico, entre otros (Fuenzalida et al., 2009; Hardcastle, 2016; Martín-Barbero, 1987; Mujica & Bachmann, 2013).

En esa línea, si bien algunos autores aseguran que los medios informativos han perdido calidad y descuidan el discurso público que alimenta la participación ciudadana (Blumler & Gurevitch, 1995; Gripsrud, 2000), hay otros que ven en el desprecio por las historias personales y con alto contenido emocional un “modelo excesivamente racionalista” (Uribe, 2007, p. 36) que desconoce el rol de las emociones en los procesos cognitivos (Damasio, 2005) y su potencial de aumentar los niveles de comprensión de la noticia al involucrar a los ciudadanos a través de la integración de la información a nivel subjetivo (Bas & Grabe, 2015; Mujica & Bachmann, 2018; Uribe, 2007).

La brecha entre estos puntos de vista es importante en la discusión sobre el impacto de los medios en la adquisición de conocimiento por parte del público. En consideración a la centralidad de este factor en fenómenos de participación política y cívica y, por tanto, en la configuración de sociedades democráticas, parece particularmente relevante investigar este fenómeno (Eveland & Scheufele, 2000). Con esa perspectiva en mente, este trabajo se plantea como objetivo general explorar las percepciones que la audiencia tiene sobre el uso de recursos melodramáticos en los noticiarios de televisión abierta de Chile, cuáles son las características que valoran y las que rechazan estos recursos, y distinguir si existen diferencias en tal percepción cuando se trata de la cobertura informativa de noticias de alta carga emocional como los desastres.

Para cumplir con ese objetivo, se presentarán los resultados obtenidos en dos estudios realizados por miembros del equipo dedicado a estudiar las diversas dimensiones del periodismo audiovisual en la Pontificia Universidad Católica de Chile.⁷ Los objetivos y las metodologías cualitativas aplicadas en ambos estudios resultan complementarios a la luz del problema de este artículo y su presentación conjunta otorga robustez a las conclusiones obtenidas.

En el primero de los estudios se realizaron cuatro *focus groups*, mientras que en el segundo se llevaron a cabo 48 entrevistas en profundidad. Los hallazgos en ambas investigaciones son consistentes y revelan una postura simultáneamente crítica y optimista de las audiencias respecto del uso de estos recursos por parte de los canales de televisión chilenos: por un lado, valoran su aporte como elementos que incrementan la empatía del público, que movilizan a la acción y que permiten la identificación de las personas afectadas por una tragedia, y por otro, rechazan su uso exacerbado y lo vinculan negativamente con el concepto de *sensacionalismo*.

7 Si bien todos los autores de este artículo pertenecen al equipo dedicado a estudiar la televisión chilena en la Pontificia Universidad Católica de Chile, la aplicación concreta de cada estudio fue hecho por subequipos independientes. Los autores Constanza Mujica, Ingrid Bachmann, Pablo Flores y Nadia Herrada trabajaron en el estudio A, mientras que Daniela Grassau y Soledad Puente aplicaron el estudio B.

Marco teórico

Melodrama y periodismo televisivo

En el contexto latinoamericano, el melodrama se define por una polarización moral presentada mediante personajes arquetípicos (el héroe, la damisela en desgracia, el villano, entre otros) que llevan a cabo luchas personales, cuyo desenlace es el triunfo del bien sobre el mal (Brooks, 1995; 1995; Hardcastle, 2016; Herlinghaus, 2002; Martín-Barbero, 1987; Monsiváis, 2000). El género se caracteriza por la exacerbación de las emociones a través de hipérboles y el uso frecuente de recursos como los primeros planos, la cámara lenta, los cambios de color y la música de fondo. Se busca así producir emociones en la audiencia a través de la compasión causada por el sufrimiento de los protagonistas y con la representación detallada de ese dolor (Aprea y Soto, 1998).

Estos elementos se observan en el análisis de las telenovelas latinoamericanas que hace Martín-Barbero (1987), quien plantea que el melodrama constituye una estrategia de mediación entre las realidades modernas y premodernas que coexisten en la región. Además de las tradicionales telenovelas, las características del género melodramático también se observan en otras producciones híbridas, como las películas de autor y los grandes reportajes periodísticos (Fuenzalida et al., 2009), las narcotelenovelas y superseries (Piñón, 2019; Rincón, 2015) o las series biográficas (Erlick, 2018). Por lo mismo, es posible concebir un género comúnmente vilipendiado de modo más amplio y reconocer la utilización de rasgos melodramáticos en productos culturales de utilidad pública como los contenidos periodísticos.

A partir de esta mirada más amplia al concepto de melodrama, Mujica y Bachmann (2013) consideran que la cobertura periodística televisiva actual presenta dos elementos propios del melodrama: la personalización y la emocionalización. El primero se refiere a un “foco noticioso en lo privado/personal/concreto sobre lo público/social/abstracto” (Mujica & Bachmann, 2013, p. 1802; véase también Schultz & Zeh, 2005); el segundo, a la entrega de información sobre emociones y su exacerbación a través de recursos audiovisuales que “apelan a los sentidos y a la empatía emocional por so-

bre la razón” (Mujica & Bachmann, 2013, p. 1802; véase también Grabe et al., 2000; Grabe et al., 2001).

Existe consenso en que el foco de los noticiarios en las historias de personajes individuales permite a las audiencias sentir cercanía a esas personas y sus vidas, pues apela a la experiencia de los sujetos involucrados y a lo emocional (Bas & Grabe, 2015; Rahat & Schaefer, 2007), lo que termina por generar un sentido de intimidad con la audiencia (Antezana, 2009; Fuenzalida, 2002). Por lo mismo, es vista como una estrategia para atraer a los espectadores hacia temas complejos y abstractos, aunque muchas veces lo hace a partir de arquetipos simplificados (Macdonald, 2000; Puente, 1997a).

Respecto de la emocionalización en las noticias de televisión en sus dos dimensiones: información sobre emociones y tratamiento retórico emocionalizante (Bas & Grabe, 2015; Grabe et al., 2000; Grabe et al., 2003), existe evidencia de que las emociones se comunican tanto a través del contenido de los dichos de fuentes y narradores como a través de sus gestos y tono de voz (Mujica & Bachmann, 2013). Está, entonces, vinculada a la materialidad física, a la presencia de las fuentes y los narradores. Por esta razón, Bas y Grabe (2015) vinculan la presencia de la emocionalidad en las noticias con los fenómenos de personalización. Los testimonios emocionales tendrían como objetivo aumentar la intensidad (*vividness*) de las noticias a través de una respuesta emocional (Bas & Grabe, 2015; Vettehen et al., 2008) que promueve la identificación y la empatía (Aust & Zillman, 1996).

El tratamiento retórico emocional se traduce en una puesta en forma de la noticia, ya sea en su aspecto técnico, ya sea en mensajes que exacerban las emociones (Grabe et al., 2000; Grabe et al., 2003; Uribe, 2007; Vettehen et al., 2008), y, por tanto, adopta un carácter melodramático (Mujica & Bachmann, 2013, 2018). Así, la factura de las noticias puede incorporar elementos como primeros planos que generan un apego emocional a través de tomas que traspasan la distancia interpersonal (Aust & Zillmann, 1996); ediciones de video que rompen la representación realista por medio de técnicas como desaceleración, modificación del color o de enfoques (Grabe et al., 2000; Grabe et al., 2001; Uribe, 2007); musicalización dra-

mática, incorporada con la clara intención de realzar la emocionalidad de las situaciones presentadas en pantalla (Fuenzalida et al., 2009); o narraciones editorializantes (Pellegrini et al., 2011).

El melodrama no solo capta la atención de los espectadores, sino que también influye positivamente en la recordación y comprensión de la información televisiva. Según la literatura, existen cuatro factores mediadores que explican los efectos enunciados: activación (Lang et al., 1999; Vettehen et al., 2008), disfrute (Vettehen et al., 2008), identificación (Fuenzalida, 2002) y contagio emocional (Bas & Grabe, 2015).

La activación emocional es la excitación que siente una persona al exponerse a ciertos contenidos (Vettehen et al., 2008). Al decir de Puente (1997b), “la televisión es emoción” (p. 7), por ese motivo en el medio audiovisual se explotan este tipo de recursos que, además, tienen otras potencialidades. Según Brader (2005, citado por Bas & Grabe, 2015), y Palmgreen et al. (2002), estimulan la búsqueda de información y aumentan los niveles de persuasión. El disfrute está relacionado con procesos emotivos y cognitivos, y engloba a la vez una disposición positiva hacia el contenido medial y el gusto por este (Zillman, 1988, citado por Nabi & Krmar, 2004).

Al observar imágenes, los espectadores pueden sentirse identificados con estas y a la vez experimentar una especie de contagio emocional, como lo ha definido la literatura (Bas & Grabe, 2015). El audiovisual puede lograr que una persona se sienta identificada con una situación determinada, se ponga en el lugar de otros y pueda establecer un vínculo emocional con lo que está viendo.

Emociones, personalización y retórica audiovisual en los noticiarios chilenos

Según el informe del *VI Panorama del Audiovisual Chileno* (Whittle y Núñez, 2017), la televisión chilena pasa por una crisis. Los datos de este reporte muestran que el *rating* hogar promedio disminuyó entre 2006 y 2015 para el total de la programación de la televisión abierta. Sin embargo, pese a estas tendencias generales, al explorar los datos de los noticiarios en detalle, se

observa que el visionado de mayores de 18 años se mantuvo relativamente estable a nivel agregado. En dicho informe, se explicita, además, que, “pese a los cambios tecnológicos y la diversificación de las plataformas para consumir productos audiovisuales, en Chile el tiempo de consumo de televisión abierta y de pago juntas no ha disminuido. Los minutos de consumo promedio del bienio 2014-2015 son aproximadamente 10 % superiores a la década anterior” (p. 23). Por otro lado, la televisión abierta parece seguir teniendo en Chile una capacidad de convocatoria solo comparable a la de las redes sociales (Newman et al., 2020). De hecho, según el Consejo Nacional de Televisión (CNTV) (2017a), la televisión en Chile es el medio de comunicación preferido por más del 80 % de los chilenos para informarse sobre lo que ocurre en su ciudad, comuna, país y el resto del mundo. Por ese motivo, varias investigaciones (Antezana, 2009; Hallin & Mella, 2018; Pellegrini et al., 2011; Mujica & Bachmann, 2018) se han enfocado en estudiar la narrativa audiovisual empleada en estas transmisiones.

La evidencia empírica muestra que en los noticiarios de televisión de Chile la presencia de recursos melodramáticos es constante, aunque no necesariamente predominante, y algo inevitable, dadas las características del lenguaje audiovisual. Mujica & Bachmann (2013) analizaron una muestra aleatoria representativa de los principales canales de televisión abierta chilenos entre 2009 y 2011, y encontraron que un tercio de las notas incluía al menos un recurso emocionalizante, pero rara vez más de tres. Asimismo, la información sobre emociones se manifestaba a través de fuentes que describían lo que sentían, hablaban con tono apasionado o expresaban en sus gestos emociones negativas. Otros estudios en el contexto chileno también revelan una creciente homogeneización entre los noticiarios, con un uso cada vez más uniforme de este tipo de recursos (Mujica & Bachmann, 2015a). Los editores reconocen que optan por este tratamiento informativo para atraer la atención de audiencias esquivas (Mujica & Bachmann, 2015b).

Por otro lado, el rol que los medios de comunicación, especialmente la televisión, juega en contexto de desastre, ha sido profusamente estudiado en el caso chileno (Grassau, Puente et al., Pellegrini et al., 2015; Puente et al., 2013a, 2013b; Puente et al., 2019; Valenzuela et al., 2017). En estos

casos, resulta particularmente relevante analizar la percepción de las personas sobre la selección informativa y el uso de recursos audiovisuales en los noticieros debido a que la población se encuentra en una situación de vulnerabilidad poco habitual en la que la televisión, junto con otros medios de comunicación, puede convertirse en una herramienta central de apoyo o perturbación (Cerase, 2018; Lindell, 2018; Sellnow & Seeger, 2013). La comunicación de desastres interrumpe el flujo continuo de información que los medios realizan habitualmente, en general realizando coberturas continuadas, a veces por varios días, para que la ciudadanía dimensione que su realidad ha cambiado y pueda saber cómo actuar. Esta información debería favorecer la rapidez y efectividad de la recuperación espontánea de la población (Cerase, 2018; Puente et al., 2019).

Para hacer frente a los riesgos involucrados en una cobertura de este tipo, es necesario tomar conciencia de que, como plantea en Chile el Consejo de Ética de los Medios en su Resolución 151/2010, de 8 de abril, cobertura de noticias en situaciones de catástrofe,

la cobertura de una catástrofe no significa únicamente estar en el lugar de los hechos o llegar antes que el personal de otros medios, sino realizar la labor profesional de investigar lo ocurrido y sus consecuencias. Para ello, se debe utilizar la mayor cantidad de fuentes posibles, de preferencia oficiales antes que privadas, para evitar caer en el dramatismo de los casos particulares, y, en especial, fuentes expertas que permitan ofrecer el contexto de la catástrofe y darle a la cobertura de ella la dimensión que le corresponde en la totalidad de la oferta noticiosa del medio (p. 3).

En ese sentido, uno de los principales desafíos éticos que enfrentan los medios durante un desastre tiene que ver con el riesgo de transgredir los derechos individuales de las víctimas, como su dignidad, su honor o privacidad al exponer su situación a la audiencia (Puente et al., 2013b). La experiencia chilena nos demuestra que los medios de comunicación, especialmente la TV, han quedado en deuda en este tema y han dado preferencia a la cobertura del dolor por sobre la recopilación de información útil para la recuperación espontánea de la población. Por ejemplo, en el caso del incendio de Valparaíso de 2014, la calidad periodística de la cobertura televisiva fue

muy cuestionada por la audiencia según un estudio del CNTV (2015), en la que el 70 % de las personas consideraron que la cobertura fue sensacionalista, el 41 % indicaron que vieron contenidos inapropiados o morbosos, el 52 % estimaron que no respetaron el dolor de las víctimas y el 51 % expresaron que la televisión hizo poco por tranquilizar a la población.

Esa percepción de que la televisión chilena cubre los desastres y crisis de manera sensacionalista ha sido reiterada en distintas encuestas de opinión (CNTV, 2015, 2017a, 2017b; Grassau, Valenzuela et al., 2019; Grassau et al., 2020), lo que ha provocado que muchas veces se confunda en el imaginario colectivo la noción de *melodrama* —como se ha definido antes— con la invasión a la privacidad o el uso de recursos audiovisuales que exacerbaban la emoción de una temática que en sí misma contiene una carga emocional muy fuerte (Grassau et al., 2016). Por otro lado, un análisis del trabajo realizado por los conductores de noticiarios durante estos eventos sugiere que, dentro de los potenciales perfiles que estos pueden adoptar, destacan aquellos que se relacionan con la identificación y contención emocional de la población por sobre aquellos opinantes o descriptivos (Grassau, Puente et al., 2019), lo que abre una nueva ventana de discusión sobre la importancia de la personalización y otros elementos vinculados al melodrama que pueden desempeñar un papel relevante en estos contextos. En ese sentido, es un problema académico y profesional analizar si la presencia de elementos melodramáticos propicia la perturbación y vulnerabilidad de la ciudadanía en contextos de alta carga emocional como los desastres, o si, por el contrario, algunos de estos pueden convertirse en herramientas de apoyo a la audiencia.

En consideración a los antecedentes anteriores, resulta interesante explorar la mirada que los propios receptores de los contenidos televisivos tienen respecto del uso que los noticiarios de televisión hacen de los recursos melodramáticos, tanto en momentos de rutina informativa como en momentos de alta carga emocional, como ocurre con la cobertura de desastres. Las preguntas de investigación que guían este trabajo son:

PI1: ¿De qué maneras las audiencias perciben el uso de recursos melodramáticos en los noticiarios de televisión abierta de Chile?

PI2: ¿Cuáles son las características que las audiencias valoran y cuáles las que rechazan respecto del uso de recursos melodramáticos en los noticiarios de televisión abierta de Chile?

PI3: ¿Existen diferencias en la percepción de las audiencias respecto de dichos recursos melodramáticos cuando se trata de la cobertura informativa de noticias de alta carga emocional como los desastres?

Metodología

Este trabajo tiene un enfoque exploratorio y utiliza técnicas de análisis cualitativas para obtener sus resultados. Las fuentes de los datos presentados provienen de dos líneas de investigación desarrolladas por miembros de un equipo que se ha dedicado durante los últimos veinte años a estudiar el periodismo audiovisual en Chile desde diversas perspectivas. Si bien ambos estudios fueron realizados de manera paralela y no se plantearon como parte de un mismo proyecto, el análisis posterior de los datos permitió determinar que sus hallazgos eran complementarios. Por esta razón, y debido a que las técnicas utilizadas son también complementarias, es que en este trabajo se presentan parte de las conclusiones obtenidas en ambos, las cuales se detallan a continuación.

Estudio A: Análisis de las percepciones sobre el uso de recursos melodramáticos en contexto de rutina informativa estable

Se realizaron cuatro grupos focales con espectadores de noticias televisivas, hombres y mujeres de niveles socioeconómicos altos y bajos. Los grupos focales se realizaron en septiembre de 2017 y en total participaron en ellos 16 mujeres y 17 hombres. Antes de su participación, todos los participantes declararon ser consumidores frecuentes de noticias por televisión, lo que fue refrendado en frecuentes referencias a su consumo informativo.

El reclutamiento de los participantes fue encargado a una empresa externa especializada en el rubro. Antes de la realización de las discusiones, los participantes firmaron un consentimiento informado visado por el comité de ética de la universidad del equipo de investigación. La duración de

los *focus groups* fue de sesenta minutos en promedio, y la sesión en su totalidad fue registrada en audio y video con el consentimiento de los participantes, lo que permitió, luego, transcribir la totalidad de la discusión.

Estos fueron guiados en cada caso por una de las investigadoras principales del estudio, quienes siguieron una pauta de discusión que buscaba determinar actitudes y opiniones del público en relación con el consumo televisivo en general y las noticias en particular, con énfasis en el tratamiento audiovisual de la información en televisión. Los principales temas tratados fueron estos: a) hábitos de consumo televisivo, b) hábitos de consumo informativo, c) rol informativo de los noticiarios, d) tratamiento audiovisual de la información en televisión, e) definiciones y valoración de la personalización y emocionalización en las noticias, y f) percepción respecto del efecto que este tipo de edición tiene sobre el público.

Luego de la transcripción de estas sesiones, los resultados de los grupos focales fueron analizados cualitativamente a través de una matriz axial para observar las coincidencias, similitudes y diferencias de los criterios y conceptos, y las definiciones que mejor representaban el pensamiento común entre los participantes respecto de dichos conceptos. Las discusiones fueron codificadas según las categorías que surgieron, tal como proponen Strauss y Corbin (1998). Específicamente, las categorías generales que emergieron fueron percepciones positivas y percepciones negativas respecto del uso de testimonios personales, historias emocionales y música. A partir de estas, se generaron categorías específicas, entre las que se cuentan: testimonios como ejemplificación, música como ambiente, música como exageración emocional y emoción como llamado a la acción, entre otras.

Estudio B: Análisis de las percepciones sobre el uso de recursos melodramáticos en situaciones de alta carga emocional

El segundo estudio se focalizó en la cobertura periodística en situaciones de desastres naturales de gran magnitud ocurridos en Chile entre 1985 y 2015. Para ello, se realizaron 48 entrevistas en profundidad semiestructuradas entre el 8 de septiembre y el 11 de octubre de 2015 a chilenos que fueron directamente afectados (28) o que experimentaron indirectamente

a través de los medios de comunicación (20) una serie de desastres escogidos a partir un listado elaborado por los investigadores. La muestra final de entrevistados fue de 13 hombres y 35 mujeres, de entre 20 y 89 años.

Las entrevistas se realizaron a partir de un mismo cuestionario compuesto por 22 preguntas sobre tipos de desastre que han enfrentado, principales recuerdos sobre estos eventos, consumo de televisión durante los desastres, valoración de los contenidos televisivos, del trabajo de los periodistas y de la cobertura de testimonios, así como efectos directos del consumo de televisión en su vida cotidiana, entre otros.

Las entrevistas fueron ejecutadas por un grupo de ayudantes de investigación pertenecientes al curso Seminario de Investigación dirigido por la investigadora principal del proyecto, quienes fueron capacitados para llevar a cabo esta labor. Los entrevistados firmaron un consentimiento informado para participar en la investigación. Todas las entrevistas fueron grabadas, luego transcritas y posteriormente sistematizadas, y analizadas en una matriz de datos realizada a partir de una codificación abierta y axial.

Si bien ambos estudios exceden los objetivos planteados, en el apartado de resultados se presentarán solo aquellas conclusiones pertinentes a los objetivos de este trabajo que emergieron del análisis cualitativo de ambas investigaciones y que apuntan a responder las preguntas de investigación antes enunciadas. Detectar la convergencia de estos hallazgos fue posible debido a la similitud de la estrategia de análisis de ambas investigaciones (transcripciones y matrices axiales convergentes) y al hecho de que sus investigadores trabajan en conjunto en la Pontificia Universidad Católica de Chile, donde socializan frecuentemente los resultados parciales de sus estudios. Debido a que el material corresponde principalmente a la transcripción directa del discurso de las personas que participaron en los grupos focales o que fueron entrevistadas, se utilizarán citas directas de los sujetos participantes en ambas investigaciones con el único objetivo de ilustrar las conclusiones obtenidas, pero evitando a toda costa la posibilidad de individualizar las respuestas. Debido a las exigencias éticas de las investigaciones y los compromisos de confidencialidad de ambos estudios no es

posible entregar más antecedentes sobre la identidad de los entrevistados, razón por la que se excluyen sus nombres y las fechas de realización de las entrevistas. Por ello, en cada uno de los casos, solo se señalará con una H si el entrevistado fue un hombre y con una M si fue mujer, y se indicará si dicha cita fue obtenida en el estudio A (EA) o en el estudio B (EB).

Resultados

Percepciones entre el entusiasmo y el desprecio

Uno de los resultados más evidentes que se obtuvieron en ambos contextos tiene que ver con el hecho de que las personas tienden a tener una opinión que no es unívoca sobre el uso en general de los recursos melodramáticos que apelan a la emoción en los noticieros televisivos chilenos. Esta percepción suele asociar negativamente el concepto de *melodrama* como género cuando se les pregunta directamente por él, sin embargo, en los dos estudios esta percepción se matiza al profundizar la conversación a través de la valoración positiva de algunos de estos recursos. De hecho, en ambas investigaciones lo más criticado fue la asociación de la noción de *melodrama* al uso de recursos sensacionalistas que exageran las emociones negativas como la repetición de imágenes o la presencia de imágenes sangrientas. Como dijo uno de los entrevistados: “La televisión tiende a ‘hincarle el diente’ excesivamente al dolor de las víctimas cuando repite una y otra y otra vez las mismas imágenes sin fines informativos claros” (H, EB).

Además, diversos participantes coincidieron en que la exacerbación en las emociones de las personas en contextos de dolor extremo les causaría desprecio y la necesidad de apagar el televisor, y otros calificaron estas acciones de innecesarias y a los periodistas que hacían esto de “cizañeros” (H, EA). Uno de los entrevistados señaló, por ejemplo, que “en esos casos cuando empiezan con el sufrimiento reiterativo y la emoción, la gente se termina aburriendo” (H, EA), mientras que otra afirmó:

Hay una delgada línea de límite entre entrevistar a alguien y hacerlo con respeto y orientando bien la entrevista para que te dé información y una diga ‘es una persona como yo’ y se sienta identificado incluso, pero también está la otra parte cuando se cosifica a la persona y es *show* al final. (M, EB)

El rechazo de los participantes en estos estudios respecto del concepto de *melodrama* emerge con fuerza cuando asocian esta idea a que la televisión plantea un foco excesivo en la emoción como morboso, como un “modo de vender” (H, EA), explotando un elemento básico que tienen todas las personas. Esto les parece particularmente inaceptable cuando no hay una búsqueda de mejorar las condiciones de la persona que sufre, es decir, cuando les parece que la emoción no tiene razón de ser:

A mí me molesta el morbo, porque a veces presentan un testimonio o una historia, [...] como que se meten mucho en la vida de la gente y tratan de presentar una historia muchas veces para dar pena y no sé si esa es la forma de buscar ayuda. (M, EA)

Pese a estas críticas que aparecen en los primeros momentos de ambos estudios, hay quienes reconocen el uso de ciertos recursos melodramáticos como algo positivo, pues les posibilita dimensionar la escala de relevancia de ciertos eventos. Asimismo, algunos participantes valoran la emoción como un modo de atraer la atención hacia acontecimientos o elementos de una historia:

Si te hablan de un terremoto en México [de magnitud] 7,1 acá en Chile casi nos vamos a reír,⁸ pero te muestran las imágenes y se vino abajo todo México, entonces, yo creo que ayuda mucho a dimensionar lo fuerte que fue. (H, EA)

La valoración de estos recursos se asocia principalmente con el reconocimiento de que las emociones son parte de la realidad y, por tanto, su presentación en pantalla permite a los espectadores vincularse de una mejor manera con la noticia: “Es importante, porque da veracidad, hace que la noticia no solamente esté en la tele, sea lejano, sino que te hace acercarte un poco, humanizarte con la noticia” (H, EA). De todas maneras, esta percepción positiva es expresada con mesura por los participantes de ambos estudios que coinciden en rechazar el uso excesivo de cualquier recurso melodramático en las noticias: “Es positivo siempre y cuando no se exceda” (H, EA).

8 En Chile, los terremotos son un fenómeno relativamente usual, por lo que es un lugar común decir que no tienen miedo de ellos (cf. Robino, 2015).

Existe evidencia (Mujica & Bachmann, 2013) de que uno de los recursos melodramáticos más usados en los noticiarios chilenos es la inclusión de música en el montaje de las historias. La apreciación sobre este recurso desde las audiencias también es mixta. Mientras algunos sujetos declararon que la música “inspira” (H, EA), que es un modo de llamar “la atención” (M, EA) y, sobre todo, de generar “empatía” (H, EA), otros presentaron la opinión contraria y calificaron este recurso como un modo de manipulación, pues el ritmo y la letra de las canciones escogidas impondría un tono emocional y una lectura de la información que rompería con las pretensiones de una narración “objetiva” (M, EA).

Con respecto a la personalización de las noticias, se mantiene la tendencia y no es posible distinguir una opinión mayoritaria entre los participantes de los estudios. Las opiniones positivas respecto de este recurso se relacionan, por un lado, con el hecho de que algunos entienden la inclusión de las historias personales como una estrategia de argumentación eficiente por medio de un caso particular: “Es como una trasposición de un problema general, quizás para individualizarlo” (M, EA). En esa misma línea, varios de los sujetos valoran la eficiencia de la personalización y la vinculan a los conceptos de cercanía y proximidad: “Chilevisión ahora trae a los candidatos y coloca el testimonio de una persona como ‘a mí me pasó tal cosa’ y le hace una pregunta directa; cuando es así uno dice ‘puede estar un poco pauteado’, pero hay una historia de por medio, hay una familia de por medio” (H, EA). Además, hay quienes consideran que este recurso le asigna una mayor verosimilitud a las historias que son experimentadas por personas parecidas a la audiencia, porque “le da veracidad a la noticia, porque la refuerza” (H, EA), “por credibilidad” (M, EA).

La crítica más común respecto de la personalización tiene que ver con el hecho de que el uso de casos particulares, paradójicamente, promovería la generalización, especialmente cuando la televisión presenta casos extremos que no representarían la realidad de grupos más grandes, el contexto o los antecedentes de los hechos relatados: “Buscan, quizás, el caso más icónico y eso no es la realidad” (H, EA).

La utilización de los recursos melodramáticos genera la empatía

Dentro de las características positivas que la inclusión de recursos melodramáticos podría tener en televisión, existió bastante consenso en ambos estudios en que esta era una forma de acercar al televidente a la realidad de la persona retratada en la historia y de empatizar con ella, incluso cuando personalmente no disfrutaran de este tipo de notas. Uno de los entrevistados declaró:

Gustarme, no me gusta, porque me da mucha pena, pero, claro, la necesidad del periodismo es mostrar a la persona dolida, a la persona cómo está sufriendo para que también nos pongamos en la situación de la persona para poder ayudarlo, ¿te fijas? Yo diría que está bien que lo hagan, pero también con mesura. (H, EB)

Desde la perspectiva de las audiencias, el uso de recursos melodramáticos permitiría a los periodistas vincular el hecho que informa (que muchas veces puede ser abstracto o difícil de comprender) con la vida cotidiana, entre otras cosas, a través de ciertos recursos melodramáticos clásicos. Asimismo, la inclusión de estos elementos posibilitaría aumentar la empatía del público a través del reconocimiento y la identificación con las emociones de las personas que aparecen en pantalla, lo cual, a su vez, posibilitaría que la noticia llegue más, “profundiza más” (M, EA), porque “es un factor de conexión” (H, EA). Esta empatía permite no solo conmoverse con las historias del otro y sentirse identificado, sino que también lleva a que las audiencias sientan que sus propias historias están siendo presentadas en TV a través de otros que los representan:

Lo que me gusta es cómo los periodistas intentan llegar a la historia, cómo es el proceso, cuando cuentan y conversan con la señora a la que se le quemó la casa, por ejemplo. Eso te permite saber que no estás solo en esto, que hay otros como tú y entender qué pasó. (M, EB)

En esta misma línea, la utilización de recursos melodramáticos en las noticias permitiría generar un cierto sentido social, “un sentimiento colectivo” (M, EA), una cercanía que posibilita, además, según los participantes, comprender la información e, incluso, aprender:

[Por ejemplo, yo] trabajé en el sector minero, y la única manera de hacer entender a los trabajadores sobre la silicosis,⁹ sobre los implementos que tienen que usar para prevenir, era con personas hablando con testimonios reales. (M, EA)

Por último, en ambos estudios, hubo coincidencia de que el uso de la personalización también apoyaría la visibilización de ciertos grupos marginados socialmente o con escaso poder en un contexto medial en el que la cobertura de los grandes temas, de las acciones de la élite política, margina la realidad, las necesidades y los deseos de las personas comunes y corrientes:

Para que muchas personas puedan darse a conocer y decir lo que sienten con respecto a algo, que están completamente invisibilizadas durante todo el año o décadas, y tienen un momento para decir algo al aire y a alguien en otra [situación] [...] le puede hacer eco, le puede servir. (H, EA)

Las noticias melodramáticas movilizan y llevan a la acción

Otra de las grandes coincidencias que emergieron entre los participantes de ambos estudios tiene que ver con el poder que el uso de recursos melodramáticos en las noticias tiene para promover actividades concretas y que contribuyan a hacer llamados a la acción tanto de las audiencias como de las autoridades. El “conmoverse” motiva a “salir a ayudar o pensar cómo [...] ayudar” (M, EA), mientras que la atención que suscitan casos con alta intensidad emocional obligarían a que las instituciones se hagan cargo de resolver esas necesidades: “Es una especie de justicia social porque hay muchos casos en que la gente no puede hacer cosas por sus propios medios, pero porque es expuesto en la televisión al final se toman las medidas pertinentes” (H, EA).

Esta función de los recursos melodramáticos es transversalmente reconocida en ambos estudios e, incluso, es aceptada por aquellas personas que tienen una postura tendiente al rechazo de estos. La gran mayoría de los sujetos participantes coinciden en reconocer el potencial de las noticias

⁹ Enfermedad crónica del aparato respiratorio que se produce por haber aspirado polvo de sílice en gran cantidad. Es frecuente en mineros.

que incorporan elementos melodramáticos para movilizar a la audiencia a cooperar y contribuir a solucionar determinada situación:

Me dan ganas de ayudar cuando, por ejemplo, los medios transmiten que por la magnitud de la catástrofe se necesita mucha gente. Cuando muestran que falta ayuda, aumentan mis ganas de ayudar; si veo a las personas que perdieron sus cosas, sufriendo, incluso llorando, me dan ganas de ir al banco o partir a ayudar. (M, EB)

De todas maneras, si bien existe esta valoración positiva del uso de los elementos melodramáticos en las noticias, hay quienes advierten sobre la necesidad de limitar su uso a situaciones específicas: “Yo creo que las historias humanas sirven mientras tengan un límite y no sean transmitidas por la televisión de forma morbosa [...]. Creo que se tienen que contar porque así generas caridad, para que las personas se motiven a ir a ayudar” (M, EB).

Divergencias en la percepción en momentos de alta carga emocional

Un último hallazgo relevante que se pudo extraer al comparar los resultados de estos dos estudios consiste en que las personas tienden a tener percepciones disímiles e interpretaciones, a veces, incluso, opuestas respecto del uso de recursos melodramáticos cuando se trata de la cobertura de eventos de alta carga emocional como los desastres. En particular, estas diferencias en la percepción e interpretación tienden a estar relacionadas con el hecho de si las personas, o alguna persona cercana a ellos, fueron o no afectadas directamente por el evento del que se está hablando. Especialmente, los datos del estudio B entregan evidencia robusta al respecto, pues permitieron identificar entre los entrevistados si estos o sus seres queridos directos habían sido víctimas o no. Los datos obtenidos hicieron posible concluir que el hecho de ser o no afectado directo por un desastre de gran magnitud (p. ej., haber perdido una propiedad o algún familiar en un terremoto se considera “afectado”, mientras que una persona que vivió en una ciudad inundada o en que un terremoto se sintió, pero que no sufrió ningún daño directo, se considera “no afectada”) tiende a modificar la interpretación que dan a los contenidos informativos que vieron por televisión y a los recuerdos que tienen sobre estos hechos

tanto del mismo desastre en que fueron afectados (de ser el caso) como de la cobertura de otros eventos similares.

La principal diferencia entre otros grupos tiene que ver con el hecho de que quienes se consideran “no afectados” tendieron a ser consistentemente más críticos sobre el criterio periodístico de la televisión chilena al usar recursos de montaje o actitudes de reporteo que exacerban la emoción que aquellos que sí fueron “afectados”: “Me da vergüenza cómo a un periodista que sabe [...] que no puede jugar con las personas ni con la información [...] se le puede ocurrir cubrir de esa forma, poniendo música, o cambiando el color o esas cosas” (M, no afectada, EB).

Algo similar ocurre con los “no afectados” respecto de la presencia de historias humanas en pantalla. Para ellos, el uso de testimonios en televisión durante los desastres suele ser excesivo y tienden a describirlo como un recurso sensacionalista. Esta crítica habitualmente va acompañada de una queja sobre el desempeño de los periodistas, a quienes consideran invasivos con la privacidad de las personas, irrespetuosos y faltos de criterio, especialmente ante el tratamiento del dolor:

Lo que no me gusta es que de repente se pasa la línea, el límite. Se enfoca en el perro que perdió la señora Juanita, en los niños que ahora ya no tienen a su Barbie y a su autito para jugar, y en ese sentido siento que a veces son coberturas innecesarias [...]. Se revictimiza a la persona [...]. De repente el periodista es muy insidioso, [...] si es que no llora la persona, [...] no logra el objetivo. Yo creo que eso es innecesario, pero sin duda creo que la historia humana no puede nunca faltar. (M, no afectada, EB)

Pese a esta postura crítica sobre aquellos recursos que se acercan más al sensacionalismo que al melodrama, los “no afectados” por un desastre reconocen, tal y como se mencionó, que el tratamiento melodramático es relevante cuando se trata de motivar a las personas a realizar donaciones u otro tipo de acciones concretas en beneficio de los damnificados. Reconocen que conocer las historias de las víctimas se convierte en un aliciente tanto para dimensionar la tragedia como para hacerlos actuar de manera concreta:

El choque de realidades es pertinente. Como yo nunca he vivido alguna de estas cosas, o siempre he estado ajeno de primera mano, obviamente uno ve las imágenes, y claro, hay empatía, y eso es importante. Las entrevistas y las imágenes que muestran el dolor de las personas ayudan a que la gente se mueva a hacer algo. (H, no afectado, EB)

Por otra parte, entre los “afectados” existen opiniones divididas: hay quienes perciben positivamente el uso de elementos melodramáticos en las noticias sobre desastres, porque la emocionalización y la personalización de las informaciones televisivas les permiten no sentirse solos, conocer a personas en su misma situación de desgracia y sentirse apoyados. Por ejemplo, uno de los entrevistados declaró: “Me gusta porque muestra una realidad desde el lado humano, nos hace identificarnos con la persona, sentir lo que están sintiendo, nos acerca en el fondo más a lo que está pasando [...] a partir de ese caso también uno generaliza y piensa que hay mucha gente así” (H, afectado, EB), mientras que otro indicó: “Me gusta que la gente se sienta escuchada. O sea, me imagino que la señora que entrevistan se debe sentir más acompañada si le preguntan” (H, afectado, EB).

Sin embargo, desde su misma condición de “afectados”, estos entrevistados tienden a adoptar una postura crítica sobre el trabajo periodístico, especialmente cuando la personalización de las historias supera los límites de la invasión a la privacidad. Las siguientes dos citas son ilustrativas de esta posición y dan cuenta de una visión generalizada que hace hincapié en la necesidad de reconocer, por un lado, la utilidad de estos recursos para la población y, por otro, la fina línea que existe entre el uso adecuado de estos recursos y la exacerbación emocional altamente rechazada:

[Les pediría a los medios] que fueran atinados nomás, que se pongan en el lugar de las personas. Si tú estás en un pueblo enano [...] que vivió el *tsunami* y en verdad se destruyó por completo casi y estaba lleno de periodistas y lleno de personajes públicos, todo el mundo ayudando y como que una persona que sufrió la catástrofe se siente acompañada, que en verdad está todo el mundo pendiente de eso, llegaban medios de otros países y todos a ayudar. Me sentí acompañada. Y eso, que sean atinados, que lleguen a ayudar y no a entorpecer. (M, afectada, EB)

Yo sé que al gallo [periodista] que la está entrevistando, después de que la entrevista [...] se devuelve a Santiago y se acabó. No hace como una labor más allá, sino que lo que le interesa es sacarle una cuña de lo mal que lo está pasando y que la señora se ponga a llorar. (H, afectado, EB)

Discusión y conclusiones

Los antecedentes presentados en este trabajo ponen en evidencia que la percepción de los miembros de las audiencias sobre el uso de recursos melodramáticos en TV no es unívoca. A través de dos estudios que tuvieron orígenes distintos y que se realizaron con dos años de diferencia, fue posible obtener resultados consistentes para el caso de Chile que dan cuenta de que la presencia de melodrama en los noticiarios de televisión no es considerado ni como totalmente negativo ni como una característica positiva por parte de la población, sino que esta percepción y valoración de los recursos tiene que ver con la forma en que estos son aplicados a las historias informativas, su uso/abuso, y con los momentos y tipos de historias en que aparecen en pantalla.

En concordancia con lo señalado por editores de medios de comunicación en trabajos anteriores (Mujica & Bachmann, 2015b), el público tendería a asociar el exceso de elementos melodramáticos (abuso de primeros planos y música emocionalizante, focalización en emociones negativas y violencia, coerción de los entrevistados para provocar lágrimas, etc.) con el sensacionalismo, entendido este como el tratamiento informativo marcado por la inclusión de elementos formales y de contenido que tienen la capacidad de provocar atención o activación sensorial en las audiencias (Kleemans & Hendriks, 2009).

En este sentido, los hallazgos presentados aquí muestran una coincidencia por parte de las audiencias en rechazar aquellos elementos que asocian el melodrama con la exacerbación del dolor. Esto ocurre principalmente cuando se añaden a la narración de la historia un exceso de recursos audiovisuales melodramáticos como elementos de montaje y cuando los periodistas aparecen como elementos centrales que incrementan la imagen de tragedia de una situación. Sin embargo, estos elementos de monta-

je no son los únicos asociados al melodrama que se pueden encontrar en un noticiario. La presencia de historias humanas y la forma en que estas son tratadas son evaluadas de manera dispar por los participantes de los estudios, según la aproximación que los distintos periodistas y canales de televisión les dan y el tipo de acontecimiento de que se trate. Tanto para la emocionalización como para la personalización, los sujetos consideraron que estos recursos podrían llegar a ser un aporte al proceso informativo, pero que su uso excesivo desvirtuaba la información, impedía la comprensión y añadía cierta subjetividad a los contenidos. El reconocimiento de que el uso moderado de los recursos melodramáticos puede ser relevante para la audiencia se evidencia con fuerza al consultar a las personas sobre coberturas televisivas de hechos de alta carga emocional como los desastres. Es más, esta valoración parece, incluso, incrementarse en el caso de las personas afectadas por este tipo de acontecimientos, quienes valoran más que el resto de la población la presencia, por ejemplo, del uso de testimonios en pantalla, como una forma de superar su propio trauma, contener su dolor e, incluso, sentir que su propia historia tiene un sentido al ver otras similares en televisión.

Los no afectados tienden a pedir más datos y menos drama, y reconocen que son las historias con personajes identificables las que los llevan a la acción, les generan empatía y les permiten dimensionar la tragedia. Por otra parte, los afectados no conciben una transmisión sin que historias como la propia aparezcan en pantalla.

Parece interesante constatar que tanto en contextos de rutina informativa como en coberturas de desastres la valoración positiva está relacionada con conceptos afines a los que describe la literatura como mediadores del efecto del melodrama sobre la recordación y comprensión de información: activación, identificación y el contagio con las experiencias y emociones de los personajes representados en las noticias.

La idea de que las emociones y las historias personales atraen la atención de las audiencias y que al romper con estilos de narración planos hacen que el público decida no cambiar el canal está vinculada con el concepto de

activación. Al igual que lo descrito por la literatura, los participantes consideran que estos recursos permiten mejorar la comprensión de procesos complejos y, por el contrario, consideran que su uso excesivo implica efectos cognitivos de corto plazo e, incluso, confusión.

Las ideas de proximidad, cercanía y empatía se refieren a los conceptos de *contagio emocional* y de *identificación*. Para los participantes de ambos proyectos, el reconocimiento del otro como similar introduce verosimilitud a la historia y permite obtener una visión compleja respecto de la realidad. Los fenómenos distantes, ejemplificados a través de historias personales, son mejor entendidos e integrados en la vida cotidiana.

Finalmente, estas investigaciones sugieren que sería pertinente que la evaluación que hacen los estudios sobre periodismo respecto de la presencia del melodrama debe considerar matices: el grado de personalización y emocionalización parece ser un constructo esencial. No basta con miradas normativas que asignan calidad a la ausencia de referencias a las emociones de los protagonistas o de ciertos recursos retóricos propios del periodismo popular, sino que se requiere trabajar en la operacionalización de qué debe entenderse como exceso de melodrama. En ese sentido, se hace relevante la realización de nuevos estudios sobre los efectos cognitivos del uso de estos recursos, pues la información de calidad no aporta efectivamente a lo público si no es comprendida y recordada por las audiencias.

Referencias

- Antezana, L. (2009). Estrategias narrativas de proximización del noticiero televisivo chileno. *Revista Folios*, 21, 109-124. <http://aprendeenlinea.udea.edu.co/revistas/index.php/folios/article/viewFile/6435/5905>
- Aprea, G. y Soto, M. (1998). *Telenovela, telecomedia y estilo de época: el sistema de géneros narrativos audiovisuales en la Argentina hoy*. Trabajo presentado en el 4º Congreso de la Asociación Latinoamericana de Investigadores en Comunicación (ALAIC), Recife, Brasil.

- Aust, C. F. & Zillmann, D. (1996). Effects of victim exemplification in television news on viewer perception of social issues. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 73(4), 787-803. <https://doi.org/10.1177/107769909607300403>
- Bas, O. & Grabe, M. E. (2015). Emotion-provoking personalization of news: Informing citizens and closing the knowledge gap? *Communication Research*, 42(2), 159-185. <https://doi.org/10.1177/0093650213514602>
- Blumler, J. G. & Gurevitch, M. (1995). *The crisis of public communication*. Routledge.
- Brooks, P. (1995). *The melodramatic imagination: Balzac, Henry James, melodrama, and the mode of excess*. Yale University Press.
- Cerese, A. (2018). Re-assessing the role of communication in the aftermath of a disaster: case studies and lesson learned. En L. Antronico & F. Marincioni (Eds.), *Natural Hazards and Disaster Risk Reduction Policies*. (pp. 213-243). Geographies of the Anthropocene.
- Consejo de Ética de los Medios de Comunicación. (2010, 8 de abril). Resolución 151. Cobertura de noticias en situación de catástrofe. <http://www.observatoriofucatel.cl/wp-content/uploads/2010/05/Cobertura-en-situaci%C3%B3n-de-cat%C3%A1strofe.pdf>
- Consejo Nacional de Televisión. (2015). *Cobertura televisiva de desastres: la visión de periodistas en terreno y editores*. Autor. https://www.cntv.cl/cntv/site/artic/20150306/asocfile/20150306161307/cobertura_televisiva_de_emergencias_la_mirada_de_la_industria_.pdf
- Consejo Nacional de Televisión. (2017a). *IX Encuesta Nacional de Televisión Chile*. Autor. https://www.cntv.cl/cntv/site/artic/20171012/asocfile/20171012121426/ix_encuesta_nacional_de_televisi__n_2017.pdf

- Consejo Nacional de Televisión. (2017b). *Noticiarios televisivos y audiencias*. Autor. https://www.cntv.cl/cntv/site/artic/20170629/asocfile/20170629112028/noticiarios_televisivos_y_audiencias.pdf
- Damasio, A. (2005). *Descarte's error: Emotion, reason, and the human brain*. Penguin Books.
- Erlick, J. C. (2018). *Telenovelas in Pan-Latino Context*. Routledge.
- Eveland Jr, W. P. & Scheufele, D. A. (2000). Connecting news media use with gaps in knowledge and participation. *Political Communication*, 17(3), 215-237. <https://doi.org/10.1080/105846000414250>
- Franklin, B. (2005). The local press and the McDonaldization thesis. En A. Stuart (Ed.), *Journalism: Critical issues*. (pp. 137-150). Open University Press.
- Fuenzalida, V. (2002). *Televisión abierta y audiencia en América Latina*. Norma.
- Fuenzalida, V., Corro, P. y Mujica, C. (2009). *Melodrama, subjetividad e historia en el cine y televisión chilenos de los 90*. Fondo de Fomento Audiovisual.
- García Avilés, J. A. (2007). El infoentretenimiento en los informativos líderes de audiencia en la Unión Europea. *Anàlisi*, 35, 47-63. <https://www.raco.cat/index.php/analisi/article/view/74254>
- Grabe, M. E., Lang, A. & Zhao, X. (2003). News content and form: Implications for memory and audience evaluations. *Communication Research*, 30(4), 387-413. <https://doi.org/10.1177/0093650203253368>
- 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. https://doi.org/10.1207/s15506878jobem4504_6

- Grabe, M. E., Zhou, S., Lang, A. & Bolls, P. D. (2000). Packaging television news: The effects of tabloid on information processing and evaluative responses. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 44(4), 581-598. https://doi.org/10.1207/s15506878jobem4404_4
- Grassau, D., Flores, P. & Puente, S. (2016). *Audiences' memories and expectations about TV news coverage of disasters: The Chilean experience of the past 30 years (1985-2015)*. Trabajo presentado en la Conferencia de la International de la Association for Media and Communication Research (IAMCR), Leicester, Reino Unido.
- Grassau, D., Puente, S., Vatter, N. y Rojas, R. (2019). Perfiles y roles de los conductores de TV en momentos de desastres: propuesta conceptual a partir del caso del terremoto del 27F en Chile. *Revista de Comunicación*, 18(2), 155-176. <https://doi.org/10.26441/RC18.2-2019-A8>
- Grassau, D., Valenzuela, S., Bachmann, I., Labarca, C., Mujica, C., Halpern, D. y Puente, S. (2019). *Estudio de opinión pública: uso y evaluación de los medios de comunicación y las redes sociales durante el estallido social en Chile*. <http://comunicaciones.uc.cl/investigadores-de-nuestra-facultad-realizan-encuesta-sobre-el-uso-y-evaluacion-de-los-medios-de-comunicacion-durante-el-estallido-social-en-chile/>
- Grassau, D., Valenzuela, S., Bachmann, I., Labarca, C., Mujica, C., Halpern, D. y Puente, S. (2020). *Comunicaciones, desinformación y emociones en la pandemia COVID-19 en Chile*. <https://www.dropbox.com/s/zywx92ksbjhjut/Slides%20COVID%20v7.pptx?dl=0>
- Gripsrud, J. (2000). Tabloidization, popular journalism and democracy. En C. Sparks & J. Tulloch (Eds.), *Tabloid tales: Global debates over media standards*. (pp. 285-300). Rowman & Littlefield.
- Hallin, D. C. & Mellado, C. (2018). Serving consumers, citizens, or elites: Democratic roles of journalism in Chilean newspapers and tele-

- vision news. *The International Journal of Press/Politics*, 23(1), 24-43. <https://doi.org/10.1177/1940161217736888>
- Hardcastle, A. (2016). El corazón del cine: melodrama, emoción y el cine de géneros. *Hispanófila*, 171, 61-74. <https://doi.org/10.1353/hsf.2016.0028>
- Herlinghaus, H. (2002). *Narraciones anacrónicas de la modernidad: melodrama e intermedialidad en América Latina*. Cuarto Propio.
- Kleemans, M. & Hendriks Vettehen, P. G. J. (2009). Sensationalism in television news: A review. En R. P. König, P. W. M. Nelissen & F. J. M. Huysmans (Eds.), *Meaningful media: Communication research on the social construction of reality*. (pp. 226-243). Tandem Feliz.
- Lang, A., Bolls, P., Potter, R. F. & Kawahara, K. (1999). The effects of production pacing and arousing content on the information processing of television messages. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 43(4), 451-475. <https://doi.org/10.1080/08838159909364504>
- Lindell, M. K. (2018). Communicating imminent risk. En H. Rodriguez, W. Donnee & J. E. Trainor (Eds.), *Handbook of disaster research*. (pp. 449-477). Springer.
- Macdonald, M. (2000). Rethinking personalization in current affairs journalism. En C. Sparks & J. Tulloch (Eds.), *Tabloid tales: Global debates over media standards*. (pp. 285-300). Rowman & Littlefield.
- Martín-Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones*. Gustavo Gili.
- Martín-Barbero, J. (1995). La telenovela en Colombia: televisión, melodrama y vida cotidiana. En N. Mazziotti (Comp.), *El espectáculo de la pasión: las telenovelas latinoamericanas*. (pp. 43-62). Colihue.
- Monsiváis, C. (2000). *Aires de familia: cultura y sociedad en América Latina*. Anagrama.

- Mujica, C. & Bachmann, I. (2013). Melodramatic profiles of Chilean newscasts: The case of emotionalization. *International Journal of Communication*, 7, 1801-1820. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/2177/971>
- Mujica, C. & Bachmann, I. (2015a). Beyond the public/commercial broadcaster dichotomy: Homogenization and melodramatization of news coverage in Chile. *International Journal of Communication*, 9, 210-230. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/1894>
- Mujica, C. & Bachmann, I. (2015b). How Chilean editors perceive and define the role of melodrama in television news. *Palabra Clave*, 18(2), 312-340. <http://dx.doi.org/10.5294/pacla.2015.18.2.2>
- Mujica, C. & Bachmann, I. (2018). The impact of melodramatic news coverage on information recall and comprehension. *Journalism Studies*, 19(3), 334-352. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1190661>
- Mutz, D. C. & Reeves, B. (2005). The new videomalaise: Effects of televised incivility on political trust. *American Political Science Review*, 99(1), 1-15.
- Nabi, R. L. & Krcmar, M. (2004). Conceptualizing media enjoyment as attitude: Implications for mass media effects research. *Communication Theory*, 14(4), 288-310. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2004.tb00316.x>
- Nguyen, A. (2012). The effect of soft news on public attachment to the news: Is “infotainment” good for democracy? *Journalism Studies*, 13(5-6), 706-717. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2012.664318>
- Newman, N., Fletcher, R., Schulz, A., Andi, S. & Nielsen, R. K. (2020). *Reuters Institute digital news report 2020*. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR_2020_FINAL.pdf

- Palmgreen, P., Stephenson, M. T., Everett, M. W., Baseheart, J. R. & Francies, R. (2002). Perceived message sensation value (PMSV) and the dimensions and validation of a PMSV scale. *Health Communication*, 14(4), 403-428. https://doi.org/10.1207/S15327027HC1404_1
- Pellegrini, S., Puente, S. y Grassau, D. (2015). La calidad periodística en caso de desastres naturales: cobertura televisiva de un terremoto en Chile. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 21, 249-267. https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2015.v21.50678
- Pellegrini, S., Puente, S., Porath, W., Mujica, C. y Grassau, D. (2011). *Valor agregado periodístico (VAP): la apuesta por la calidad de las noticias*. Ediciones UC.
- Piñón, J. (2019). Disruption and continuity on telenovela with the surge of a new hybrid prime-time fictional serial: The super series. *Critical Studies in Television*, 14(2), 204-221. <https://doi.org/10.1177/1749602019838885>
- Puente, S. (1997a). *Televisión: el drama hecho noticia*. Pontificia Universidad Católica de Chile.
- Puente, S. (1997b). Televisión al rescate de quien encabeza las acciones. *Palabra Clave*, 2, 1-9. <https://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/335>
- Puente, S., Pellegrini, S. & Grassau, D. (2013a). How to measure professional journalistic standards in television news coverage of disasters? 27-F earthquake in Chile. *International Journal of Communication*, 7, 1896-1911. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/2176/978>
- Puente, S., Pellegrini, S. & Grassau, D. (2013b). Journalistic challenges in television coverage of disasters: lessons from the February 27, 2010, earthquake in Chile. *Communication and Society*, 26(4), 103-125. <https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/35564/1/20131028154238.pdf>

- Puente, S., Marín, H, Álvarez, P., Flores, P. M. & Grassau, D. (2019). Mental health and media links based on five essential elements to promote psychosocial support for victims: The case of the earthquake in Chile in 2010. *Disaster*, 43(3), 555-574. <https://doi.org/10.1111/disa.12377>
- Rahat, G. & Sheaffer, T. (2007). The personalization (s) of politics: Israel, 1949-2003. *Political Communication*, 24(1), 65-80. <https://doi.org/10.1080/10584600601128739>
- Rincón, O. (2015). Amamos a Pablo, odiamos a los políticos: las repercusiones de Escobar, el patrón del mal. *Nueva Sociedad*, 255, 94-105. https://nuso.org/media/articles/downloads/4095_1.pdf
- Robino, C. (2015, septiembre 18). ¿Por qué los chilenos no corremos cuando hay terremotos? *BBC Mundo*. https://www.bbc.com/mundo/noticias/2014/04/140402_chile_terremotos_correr_crz
- Schulz, W. & Zeh, R. (2005). The changing election coverage of German television: A content analysis, 1990-2002. *Communications*, 30(4), 385-407. <https://doi.org/10.1515/comm.2005.30.4.385>
- Sellnow, T. & Seeger, M. (2013). *Theorizing crisis communication*. John Wiley & Sons.
- Strauss, A. & Corbin, J. (1998). *Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory*. Sage.
- Thussu, D. K. (2008). *News as entertainment: The rise of global infotainment*. Sage.
- Uribe, R. (2007). Redefiniendo y reivindicando la presencia de la emocionalidad en la comunicación social. En *La función política de la televisión: tendencias, contenidos y desafíos en el Chile de hoy*. (pp. 31-40). Ministerio Secretaría General de Gobierno.

- Valenzuela, S., Puente, S. & Flores, P. M. (2017). Comparing disaster news on Twitter and television: An intermedia agenda setting perspective. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 61(4), 615-637. <https://doi.org/10.1080/08838151.2017.1344673>
- Vettehen, P. H., Nuijten, K. & Peeters, A. (2008). Explaining effects of sensationalism on liking of television news stories: The role of emotional arousal. *Communication Research*, 35(3), 319-338. <https://doi.org/10.1177/0093650208315960>
- Whittle, J. y Núñez, E. (Eds.) (2017). *VI Panorama del Audiovisual Chileno*. Pontificia Universidad Católica de Chile. <http://comunicaciones.uc.cl/vi-panorama-del-audiovisual-chileno-ya-esta-disponible-para-descarga/>