



ACTAS

**IV CONGRESO INTERNACIONAL
SOBRE ANÁLISIS FÍLMICO**

**NUEVAS TENDENCIAS E
HIBRIDACIONES
DE LOS DISCURSOS AUDIOVISUALES
EN LA CULTURA DIGITAL CONTEMPORÁNEA**

4, 5 y 6 de mayo

**Universitat Jaume I, Castellón
2011**

Iván Bort Gual
Shaila García Catalán
Marta Martín Núñez
(editores)

ISBN: 978-84-87510-57-1

Ediciones de las Ciencias
Sociales de Madrid

El reporterismo de calle en tiempos de crisis

75 minutos como
ejemplo de adaptación
camaleónica de nuevos
formatos televisivos en la
parrilla de una televisión
autonómica española

JUAN FRANCISCO GUTIÉRREZ LOZANO Y MARTA DÍAZ ESTÉVEZ
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

1. Introducción

Las televisiones autonómicas españolas sufren en la actualidad una pérdida de audiencia generalizada motivada por la competencia de la nueva oferta ocasionada por la aparición de numerosos canales en la TDT. Muchas de estas televisiones mantienen, sin embargo, un público fiel compuesto, mayoritariamente, por personas de avanzada edad. Es el caso, por ejemplo, de la Radio y Televisión de Andalucía (RTVA), cuya primera oferta, Canal Sur Televisión, ha logrado mantener, sin embargo, elevados índices de audiencia en sus espacios informativos diarios.

En esta comunicación proponemos el análisis temático y formal de un programa periodístico semanal de Canal Sur Televisión que, emitido en horario de *prime time*, propone contenidos informativos adaptados a un lenguaje audiovisual menos tradicional que otros espacios del propio canal como “Los Reporteros” (Sánchez y Díaz, 2009; Gutiérrez, 2009b), y en su lugar, basándose en el reportero de calle y más cercano a formatos que otras cadenas comerciales o públicas españolas experimentados previamente con éxito.

75 minutos, nombre del espacio en cuestión de la cadena andaluza, fue estrenado en junio de 2009, alcanzando en noviembre de 2010 las 50 emisiones. Durante este tiempo el espacio obtuvo un 11,8 por ciento de cuota de pantalla y una media de 376.000 espectadores semanales. La propuesta periodística que plantea el programa queda explícita en el texto de presentación del mismo incluido en su página web:

75 minutos te traslada directamente a la vida de sus protagonistas. No te la cuenta, te le enseña de forma valiente y dinámica. Cuatro reporteros se meten en la piel de varias personas para mostrarte sus historias (...), los reporteros se convierten en la sombra de sus protagonistas para experimentar y transmitir todo lo que ocurre ante sus ojos¹.

La hipótesis de partida de este trabajo es que *75 minutos* se configura como una adaptación, destinada a una cadena pública autonómica, de un formato periodístico televisivo basado en el reportero de calle y en la sobrevaloración de la figura del reportero. Las historias personales y de testimonios anónimos constituyen el contenido preeminente dentro de este relato televisivo periodístico que hurga, mayoritariamente, en la marginalidad social, aunque también acude a otras temáticas que se relacionan con lo sorprendente, lo sensacional, lo emotivo o lo espectacular.

Intentaremos demostrar, asimismo, cómo este espacio, en la elección realizada de asuntos a lo largo de su primera trayectoria, se ha convertido además en una cambiante y camaleónica adaptación regional de otros formatos estatales de similar factura. Quizá la esencia particular de *75 minutos* sea, precisamente, la ductilidad de su punto de partida para poder travestirse en otros formatos estatales similares donde se bucea en vidas privadas. Este género del *infoshow* quizá tenga como único rasgo común el propósito de bucear dentro de la vida de personajes anónimos de diversa extracción social o de contextos en los que los reporteros se insertan para conseguir un retrato audiovisual vivo pese a resultar incompleto o

¹ Sitio web del programa: <http://75minutos.canalsur.es/> (Consultado en diciembre de 2010).

poco noticioso en muchos de los casos, con un desfile de ricos, pobres, turistas, veraneantes, enfermos o profesionales de diversa y estrafalaria índole.

A través del análisis de los temas seleccionados y de los modos de realización formal (llena de transiciones visuales, grafismos, efectos, ilustraciones musicales y elementos variados de posproducción), enjuiciaremos a continuación si este espacio de Canal Sur Televisión significa una renovación audiovisual periodística rigurosa de la oferta informativa de la RTVA o, en cambio, se trata de un simple *aggiornamento* de sus propuestas audiovisuales informativas para poder acercarse a la oferta de emisores privados y públicos y si, además, le permite llegar a una audiencia más joven que a la actualmente predomina en el canal (Ver Tabla 1).

Tabla 1. Perfil de la audiencia de televisión de Canal Sur Televisión (2008)

	Referente población	Total TV	Autonómica Canal Sur TV
Edad			
4-12	10,1	7,1	4,7
13-24	15,6	9,7	7,3
25-44	34,7	31,5	19,2
45-64	24	29,5	32,9
+ 65	15,6	22,3	35,8
Clase social			
Alta/media alta	17,5	14,5	9,2
Media	37,3	36,6	29,5
Media baja/baja	45,2	48,9	61,4

Fuente: TNS (Anuario 2008). Elaboración propia

2. 75 minutos: historias de Andalucía en tiempos de crisis

Los contenidos y temas principales mostrados por *75 minutos* retratan, fundamentalmente, aspectos relacionados con la sociedad andaluza mediante el uso de un concepto de actualidad donde predomina el medio plazo y no se atiende a una estricta sujeción marcada por acontecimientos informativos diarios. A lo largo del medio centenar de programas emitidos entre junio de 2009 y noviembre de 2010 el acercamiento a diferentes aspectos sociales de la comunidad andaluza ha privilegiado el retrato de modos de vida de determinados sectores de su población. Si acaso, las noticias de actualidad más cercana actúan como espoletas que empujan al equipo del programa a adentrarse en el conocimiento de esas realidades relacionadas con acontecimientos habituales en los informativos diarios². Coyunturalmente, la preponderancia social de los temas de la agenda del programa ha quedado marcada desde su aparición por los efectos de la crisis financiera

² En este sentido, ya en el primer programa se apostaba por el retrato de la vida de varios clanes gitanos enfrentados por la muerte violenta de un joven ocurrida en el barrio de las Tres mil viviendas de Sevilla ("Ley Gitana", 10/06/2009).

acaecida desde finales de 2008, y que ha tenido una gran incidencia en Andalucía, sobre todo en la caída del empleo. La mayoría de los sectores de la economía andaluza afectados por esta situación han encontrado hueco en *75 minutos*: empresarios, obreros, indigentes, amas de casa, trabajadores de todo tipo (camareros, cocineros, jornaleros, guardias civiles, feriantes, pescadores, prostitutas, albañiles, guardias de seguridad, enfermeros, marineros), pensionistas y, lógicamente, personas sin trabajo. A pesar de esta preocupación cierta por el asunto, la cobertura dedicada a la crisis no ha ido dirigida tanto a trasladar una explicación de la misma por parte de especialistas, como al retrato de los efectos sociales negativos e incluso positivos de la misma (como, en este último caso, “A pesar de la crisis”, reportaje dedicado al aumento de la solidaridad en Andalucía propiciado por la situación económica).

En resumen, la temática del programa gira en torno a la recopilación de historias cotidianas de andaluces y andaluzas, donde la crisis aparece como un protagonista o escenario recurrente, pero donde también se intenta reflejar que la vida sigue, al tiempo que las costumbres tradicionales o las diferencias sociales en modos de vida se perpetúan.

En cuanto al éxito en la parrilla de Canal Sur Televisión de *75 minutos*, el programa registró índices más elevados en sus primeras emisiones (en torno al 18 por ciento de cuota de pantalla), que luego han ido decreciendo paulatinamente hasta situarse en torno al 9-10 por ciento, con algunos programas en torno al 6 por ciento de *share*. Estas cifras se deben más a la pérdida generalizada de audiencia del canal en su conjunto (como ocurre en el resto de televisiones autonómicas) que a los contenidos o temas seleccionados por el programa, ya que no difieren demasiado. Ello puede constatarse al contrastar los espacios más vistos con los menos seguidos por la audiencia (Tabla 2).

Tabla 2: Programas con mayor y menor audiencia de *75 minutos*

Programas <i>75 minutos</i> con mayor audiencia (junio 2009-noviembre 2010)			
Título del programa	Fecha de emisión	Cuota de Pantalla	Número de espectadores
Ley gitana	10/06/2009	18.4	591.000
El espíritu de la Navidad	23/12/2009	18.5	652.000
La crisis de los ricos	8/07/2009	17.0	398.000
Vivo en la calle	12/08/2009	16.7	344.000
Vivo en un barrio marginal	18/11/2009	16.2	534.000
Programas <i>75 minutos</i> con menor audiencia (junio 2009-noviembre 2010)			
Operación Bikini	8/06/2010	6.8	194.000
Menudo trabajo	11/05/2010	6.6	247.000
La verdad de El Rocío	18/05/2010	6.6	211.000
Me bajo en la próxima	26/10/2010	6.6	230.000
Segunda vida	27/01/2010	6.0	232.000

Fuente: Kantar Media. Elaboración Propia

Para esta comunicación hemos seleccionado 10 espacios de *75 minutos* emitidos en el periodo seleccionado, combinando tres criterios para su inclusión en la muestra: haber alcanzado una elevada cuota de pantalla en su primera emisión, lograr un alto número de espectadores o audiencia acumulada en comparación con el resto y corresponder a una diversidad temática entre ellos³.

En todo caso, ya sea tanto en los programas analizados como en los que menos seguimiento han tenido por parte de la audiencia, el protagonismo y la temática de los reportajes de *75 minutos* ha manifestado una polarización clara entre dos colectivos presentes con persistencia en sus emisiones. Estos colectivos están conformados por personas con situaciones muy extremas y particulares, y provocan una representación de la realidad orientada en dos direcciones opuestas.

**75 minutos
manifiesta una
polarización clara
entre pobreza
versus lujo que
obedece a una
elección
deliberada en
base a su
potencial
espectacularidad
televisiva**

De un lado, encontramos una fuerte presencia de colectivos asociados o cercanos a la marginalidad, a las dificultades y, por lo general, con protagonistas de un bajo nivel económico y cultural (prostitutas, toxicómanos, gitanos, familias con escasos recursos, etcétera) y de otro, los conformados por personas con un poder adquisitivo alto y un modo de vida prohibitivo para la gran mayoría de los ciudadanos andaluces⁴.

Esa polarización recurrente en las historias que se presentan es uno de los rasgos que, junto a otras cuestiones que se describirán más adelante, provoca una construcción sesgada de la realidad social andaluza. Esta dicotomía parece obedecer a una elección deliberada en base a su potencial espectacularidad televisiva (pobreza vs. lujo) y no exclusivamente a su relevancia social o

interés público, como cabría esperarse de un programa de reportajes que se emite en horario de *prime time* en una televisión pública regional. Si nos fijamos, por ejemplo, en los títulos de los cinco programas más vistos de este espacio, apreciamos con claridad esta cuestión (Ver Tabla 2). En ellos o se retrata a

³ Los programas analizados han sido: “Ley gitana” (10/06/ 2009), 18.4 por ciento de cuota de pantalla, 591.000 espectadores; “La crisis de los ricos” (8/07/ 2009), 17 por ciento de cuota de pantalla, 398.000 espectadores; “Trabajo en la playa” (15/07/ 2009), 14.3 por ciento de cuota de pantalla, 340.000 espectadores; “Al fresquito” (22/07/2009), 14.5 por ciento de cuota de pantalla, 332.000 espectadores; “Salir de la calle”, (23/09/2009), 9.6 por ciento de cuota de pantalla, 247.000 espectadores; “Vivo en un barrio marginal”, (18/11/2009), 16.2 por ciento de cuota de pantalla, 534.000 espectadores; “La casa por la ventana”, (30/12/2009), 15.9 por ciento de cuota de pantalla, 531.000 espectadores; “A pesar de la crisis”, (6/01/2010); 13.7 por ciento de cuota de pantalla, 512.000 espectadores; “¿Volvemos a emigrar?”, (3/02/2010), 12.4 por ciento de cuota de pantalla, 463.000 espectadores; “De aquí comemos todos”, (28/09/2010), 13.4 por ciento de cuota de pantalla, 495.000 espectadores; “El oficio más antiguo”, (9/11/2010), 15.4 por ciento de cuota de pantalla, 572.000 espectadores.

⁴ Ejemplo de esta polarización lo encontramos, en mayor o menor medida, en todos los reportajes analizados, pero especialmente en los ejemplos expresivos “Salir de la Calle” y “La crisis de los ricos”.

colectivos que viven en la marginalidad o se centra la atención en personas que viven muy por encima de las posibilidades de la clase media andaluza.

En cuanto al reflejo de la imagen tradicional de Andalucía, sólo en dos de estos cincuenta primeros programas encontramos monográficos cuyo contenido hace referencia explícita a rasgos asociados tradicionalmente a Andalucía (fiestas populares religiosas; toreo⁵). Sin embargo, aunque no sea en los temas, tanto en las historias narradas como en los escenarios o en las conversaciones mantenidas entre los protagonistas y los reporteros se detecta una fuerte presencia de elementos relacionados con las “tradiciones andaluzas”. Estas reiteraciones acaban por dibujar una visión de la comunidad que roza el estereotipo y que se aleja, en cualquier caso, de los cambios acaecidos en la sociedad andaluza actual en la que dichos rasgos están claramente diluidos⁶.

En definitiva, puede afirmarse que las historias anónimas de *75 minutos* conforman un retrato de la sociedad andaluza impregnado de un marcado carácter popular, que podemos constatar, por ejemplo, a través de los lugares o escenarios en los que se realizan los reportajes. Además, esta representación de lo andaluz anclada en lo popular aparece contrapuesta, en ocasiones, a aquellas otras historias en las que la Andalucía tradicional desaparece pero donde la Andalucía moderna o acomodada viene mayoritariamente encarnada por personas de otros países que residen en la comunidad, extranjeros con un alto poder adquisitivo que se han asentado, por ejemplo, en la Costa del Sol⁷.

La dicotomía entre la imagen de una región ligada a la tradición, y asociada con personas andaluzas de clase media o medio-baja, y la asociada a la modernidad, cuya imagen está conformada por extranjeros con alto poder adquisitivo, es un estilema asociado a Andalucía en las producciones cinematográficas del cine comercial español de las décadas de los años sesenta y setenta del pasado siglo, pero parece poco apropiado para un programa televisivo de comienzos del siglo XXI.

⁵ “La verdad de El Rocío” (18 /05/2010) y “Vivo del toro” (13/04/ 2010).

⁶ Estos estereotipos se alimentan igualmente en el programa “Volvemos a emigrar”, dedicado a los trabajadores actuales que la crisis ha obligado a marchar a otros países para encontrar empleo, donde todos los protagonistas presentan un nivel educativo y cultural medio-alto, y casi todos ellos muestran rasgos relacionados con la idiosincrasia de la Andalucía tradicional en su lejanía (elementos decorativos relacionados con el flamenco y los toros en las estanterías de los investigadores del laboratorio de Pasteur en París; reunión de amigos andaluces en una taberna, regentada por otro andaluz para cantar y tocar las palmas; referencias a la gastronomía típica andaluza por parte de los emigrados, etcétera).

⁷ Claro ejemplo de esta cuestión lo encontramos en el programa “Trabajo en la playa”, en el que se retratan las actividades profesionales que tienen lugar durante las vacaciones de la mayoría de los andaluces. A pesar de que se describe el modo de vida de varios colectivos (agentes inmobiliarios, camareros, cocineros, propietarios de locales de ocio, socorristas) prevalecen en la narración dos Andalucía diferenciadas claramente por los protagonistas de las historias. De un lado, la Andalucía más tradicional, asociada con los valores de la familia y con los rasgos típicos del andaluz: el cante, el baile, el flamenco, las tapas, el sol y la playa, uniéndose estos rasgos además, con personas con un nivel cultural y adquisitivo medio o bajo, ubicándose las acciones en la costa de Nerja y la Playa de la Caleta en Cádiz. De otro lado, se muestra, a través del exclusivo club marbellí Nikki Beach, una Andalucía moderna, exclusiva, con presencia de extranjeros y donde los rasgos andaluces aparecen muy difuminados.

3. Aspectos formales comunes en 75 minutos

Tras el análisis de la decena de programas seleccionados podemos establecer algunos rasgos característicos de este espacio en cuanto a su propuesta narrativa y estructura de presentación habitual. Cabe destacar, no obstante, que una de las singularidades del programa objeto de esta comunicación es que es difícil encontrar pautas estrictas que se repitan en todos los reportajes, ya que, dependiendo del contenido, se utilizan recursos y fórmulas diversas para llevar a cabo el acercamiento a cada realidad social determinada. En todo caso, dos coincidencias presiden la concepción formal del programa: la estructura caleidoscópica conformada por las historias y el estelar papel de los reporteros como observadores participantes, si acaso no son verdaderos co-protagonistas.

3.1 Estructura caleidoscópica (o un cajón de historias)

Cada emisión de *75 minutos* se articula a partir de la suma fragmentaria de cuatro o cinco reportajes que van intercalándose a lo largo de la narración. El primer rasgo en común en todas las emisiones es, visualmente, la presentación inicial en la que intervienen, junto a la directora del espacio, todos los reporteros que participan en la elaboración del programa. Estas presentaciones introductorias cuentan con la misma puesta en escena, representativa de la imagen corporativa del espacio, y en la que se intenta llamar la atención del espectador a través de datos puntuales, situaciones impactantes y preguntas retóricas acerca de los asuntos que se tratarán en cada reportaje⁸. Los reporteros van intercalando sus avances o entradillas rodadas en escenarios callejeros relacionados con el tema, y unidas a través de movimientos ópticos (*zoom in/zoom out*) y físicos de la cámara, lo que dota a esta presentación, en conjunto, de una gran carga de tensión dramática, junto a una apariencia de “falso directo” provocada por la presencia de los reporteros “in situ” en el lugar de los hechos.

Tras esta presentación se introduce, habitualmente, una batería de totales e imágenes de los protagonistas a modo de sumario. La mayoría de las veces, si descontextualizáramos las declaraciones o nos fijáramos en algunas en concreto, no podríamos adivinar con ellas sobre qué cuestión el reportaje, ya que estos contenidos iniciales están elegidos bien por su espectacularidad o bien por su carga emotiva, pero no por la información o el contenido periodístico de las mismas. Se trata ésta de una práctica tomada de otro programa de fórmula similar, *Callejeros*, donde también la ausencia de identificadores en estas primeras de declaraciones nos impide saber de qué tipo de fuente se trata. Más que presentar el tema en cuestión, el objetivo de este sumario es que conozcamos a los personajes, cuyas historias personales conformarán el eje central del reportaje⁹. La contextualización de los hechos queda, por tanto, relegada de esta primera presentación en pos de argucias narrativas cuyo fin principal es lograr suscitar la curiosidad del espectador.

⁸ Algunas de las intervenciones de los reporteros en estas presentaciones llaman especialmente la atención por el grado de espectacularidad que presentan: “Una bala, un tiroteo, un niño de 17 años muerto y tres clanes gitanos enfrentados”, (Toñi Moreno, “Ley gitana”).

⁹ En el sumario del programa “Ley gitana”, uno de los reporteros manifiesta: “En cualquier momento nos podemos encontrar con dos bandas enfrentadas”, pero el espectador no sabe dónde se encuentra ni de qué asunto está hablando y la ausencia de rótulos identificadores impide localizarlo y genera expectación.

Una vez concluido el arranque, el resto de cada emisión de *75 minutos* intercala las historias de los personajes de sus distintos personajes, que como hemos mencionado, configuran el meollo de la narración. El hilo argumental de los programas viene conformado por las propias historias entrelazadas que se van mezclando hasta llegar al final del espacio, cuando los personajes suelen despedirse del reportero para dar por concluida la historia que se ha contado. En realidad, más que la propia historia, quien marca el final son los propios reporteros. La mirada de éstos, trasunto de los espectadores, cuando no su intervención directa, es quien define el acercamiento y el posterior alejamiento de las historias y parece configurarse como el principal motor y razón de la enunciación.

En cuanto a los protagonistas de las historias, las presentaciones de los personajes se realizan de manera muy personalizada pero con la intención de convertirlos en exponentes de una realidad colectiva. Se les dota de una singularidad excesiva, impropia de un reportaje de tipo social que intenta describir rasgos comunes a una comunidad a partir de un muestrario seleccionado. Además, la ausencia casi total de fuentes especializadas que ayuden a contextualizar el tema tratado, provocan que la atención del espectador se centre, únicamente, en estas historias particulares sin más explicaciones o puntos de vista ajenos a los de los propios protagonistas que aporten un conocimiento completo acerca del tema tratado¹⁰.

Se trata, por tanto, de una manera muy sencilla de acercar al gran público —quizá de manera no demasiado “periodística”— una realidad social determinada, aunque el resultado pueda devenir en un dibujo incompleto y descontextualizado. Así, a pesar de que aparentemente podemos diferenciar a lo largo de la narración las tres partes clásicas de cualquier relato (introducción, desarrollo, cierre o conclusión), el resultado final escapa de la estructura asociada con el reportaje informativo clásico y se asemeja más a un caleidoscopio.

3.2 El co-protagonismo de los reporteros, esencia del formato

El acercamiento a la realidad de Andalucía que propone *75 minutos* se realiza apelando a una apariencia de naturalidad, sustentada a partir de la actitud abierta de los reporteros y, especialmente, de la directora del programa, Toñi Moreno¹¹. La interpelación constante con los protagonistas de las historias, las técnicas de realización y el montaje final tienen como objetivos mostrar al espectador una narración inmersa en el contexto de las situaciones seleccionadas y demostrar la preocupación intensa del equipo de reporteros hacia las vidas de sus entrevistados.

Los programas de este formato están rodados con cámara al hombro, con la clara intención de dar una apariencia de verosimilitud, de mostrar lo que está pasando sin más. Se trata de un recurso asociado al reporterismo clásico de guerra, que se ha convertido en la seña de identidad de, entre otros, el afamado *Callejeros*. Su estilo de falso directo, rápido, trepidante casi de acción, pero con gran trabajo de

¹⁰ Por ejemplo, en el programa *¿Volvemos a emigrar?* no hay ninguna intervención de fuentes que expliquen las causas de esta emigración, ni las características de la misma. En el programa se limitan a presentar la vida de varios protagonistas que, por distintas razones, han tenido que marcharse a Reino Unido, Francia, Rumanía o Portugal.

¹¹ Esta joven periodista gaditana es conocida por el público andaluz por sus anteriores trabajos en programas magacines informativos tanto de Canal Sur Televisión (*Andalucía Directo*), como de cadenas nacionales (*Cada día*, *Antena 3*; *Un equipo*, *Cuatro*).

montaje, se repite aquí en *75 minutos*, con el peligro de que esa rapidez pueda llegar a cuestionar, como en el caso del espacio de Cuatro, incluso la legibilidad del discurso (Bernardo *et al* 2009).

La implicación de los reporteros en las historias personales de los protagonistas y su intervención en las acciones es otro elemento llamativo del formato de *75 minutos*, aunque no sea exclusivo de su propuesta. Esta participación activa de los reporteros provoca que el rol que deberían jugar en la narración clásica periodística (el de observadores de la realidad), se transforme, convirtiéndose en verdaderos protagonistas impudorosos a la hora de intervenir en las acciones cotidianas de las personas que aparecen en los reportajes¹². De nuevo, nos encontramos ante un recurso tomado de otro programa similar, *21 Días* (Cuatro), en el que su presentadora convive con personas de distintos colectivos, con el lema “Porque no es lo mismo vivirlo que contarlo”.

Este casi co-protagonismo de los reporteros choca, al tiempo, con la escasez de elementos de contextualización de todos los reportajes analizados: la ausencia de fuentes especializadas es clamorosa, pero también por el nivel coloquial del discurso de los reporteros, salpicado de cuestiones anecdóticas y exclusivamente centrado en interrogar a los protagonistas acerca de aspectos emocionales de sus vivencias. La contextualización enraizada en el detalle emocional y en las historias individuales deja de lado elementos complementarios imprescindibles para que el telespectador pueda construir un sentido completo del discurso que se presenta sobre cada tema. Este hecho provoca la reducción de la narración a la mera descripción en detrimento de la interpretación.

En todo caso, y pese a no existir una fórmula específica o modelo fijo en todos los programas, pues la narración se adapta a cada circunstancia, sí hay un enfoque o marco predeterminado: el del préstamo de otras fórmulas televisivas como modo de trabajo. Así, en *75 minutos* es difícil encontrar algún recurso original, que no haya sido tomado de otros espacios similares de infoentretenimiento. De hecho, podríamos concluir que las señas de identidad de este programa se configuran por el redundante protagonismo de sus reporteros (en especial, el asociado a la personalidad de la directora, que impregna este espacio con una manera muy personal de describir la realidad que le rodea¹³), y por la capacidad para cambiar de asunto y de enfoque emulando a otras propuestas televisivas de la competencia.

En su definición clásica, un reportaje televisivo puede ser considerado como un texto periodístico que profundiza en un aspecto de la realidad sobre la base de diversos documentos y testimonios, y que a través de la descripción o la narración, analiza un acontecimiento al que trata de dar el mayor número de puntos de vista,

¹² Ejemplos claros de esta intervención de los reporteros los encontramos en varios de los programas analizados: “Ley Gitana”, en los que la directora convive con uno de los clanes gitanos protagonistas, o “La crisis de los ricos”, en los que una de las reporteras vive como una mujer de clase alta durante unos días en Marbella.

¹³ De hecho junto a la introducción, el sumario inicial y el resto de elementos que conforman la imagen de marca del programa (sintonía, cabeceras, intertítulos...), la única fórmula que se repite en todos los espacios es un comentario final, preferentemente realizado por la directora del programa, en el que se expresa la opinión, a modo de editorial, del programa. Estas conclusiones suelen estar marcadas por una fuerte carga moral, llegando a confundirse con pequeñas moralejas: “Con esfuerzo todo sueño es posible” (“De aquí comemos todos”); “Los auténticos millonarios son los que son capaces de apreciar las cosas más sencillas” (“La crisis de los ricos”); “Nada vuelve a ser igual después de una crisis, la fortaleza es descubrir que no estamos solos” (“A pesar de la crisis”).

con cierta libertad en su estructura y permitiendo la interpretación de su creador (Barroso, 1996). En el modelo canónico de reportaje de televisión, la exhaustividad del trabajo periodístico se suele destacar lo más posible, con el fin de mostrar lo difícil que ha resultado, en el proceso de producción, obtener nuevos datos que aporten mayor profundidad al conocimiento sobre cualquier acontecimiento y ensalzar, así, la figura del informador.

Algunos nuevos modelos del periodismo televisivo, donde los grandes reportajes se convierten en objetos de las estrategias de programación de las cadenas (que ensalzan al mismo tiempo la celebridad de sus periodistas-autores y la significación informativa de los asuntos tratados), han afectado a la pureza de esos modelos clásicos y han ampliado los criterios de libertad formal. Es cierto que hay diferencias entre esas derivaciones, pues *REC*, de Jon Sistiaga (Cuatro; CNN+), por ejemplo, ha logrado mantener un equilibrio entre esas dosis de protagonismo combinándolas con el periodismo de investigación televisivo más riguroso. Incluso el más espectacular *Diario de...*, con Mercedes Milá (Telecinco), incluye en sus historias una mezcla de fuerte protagonismo de la presentadora, historias de personajes anónimos y efectos llamativos audiovisuales, pero igualmente consultas con especialistas que profundizan en las temáticas en cuestión.

En las historias de *75 minutos* la importancia en la indagación en los temas no radica en la búsqueda de nuevos datos que ayuden a vislumbrar la resolución de un conflicto, sino en describir modos de vida y en mostrar las propias reacciones del reportero o reporteros que participan en la acción, convirtiéndose en un personaje más del relato o incluso en el principal. Dicho de otro modo: en sus reportajes el hecho noticioso aparece diluido, adquiriendo más fuerza las historias individuales y las relaciones que con ellos mantienen los reporteros que se encargan de ofrecerlas. En definitiva, la identidad y los sentimientos de los personajes cobran en este programa más fuerza que el propio contexto informativo en el que se desarrolla la historia.

Algunos nuevos modelos del periodismo televisivo, donde los grandes reportajes se convierten en objetos de las estrategias de programación de las cadenas han ampliado los criterios de libertad formal

4. Conclusiones: Un formato camaleónico para la selva del *prime time*

Del análisis realizado en torno a los contenidos tratados en los reportajes de *75 minutos* podemos deducir que sus responsables han preferido hasta el momento mantener una tendencia editorial definida para atraer a la audiencia mediante contenidos llamativos y cercanos al entretenimiento antes que a lo puramente informativo. Está claro que ha predominado un enfoque social en la predilección de los temas, pero aún ha tenido más peso la narración de historias personales en

lugar de una más serena y profunda interpretación y profundización periodística sobre la realidad andaluza.

75 minutos aparece, así, como un formato camaleónico, que transmuta su piel narrativa conforme le conviene en función del tema escogido. Así, sus referentes son múltiples dentro de los distintos formatos vigentes de programas de reportaje que actualmente menudean en las parrillas de los canales televisivos españoles generalistas.

La estructura o los modos de este programa de la televisión autonómica andaluza, de esta forma, se parecen muchas veces a *Callejeros* (Cuatro), especialmente en la cobertura de historias marginales. Al tiempo, la presencia activa de los reporteros se emparenta con *Comando actualidad* (TVE), si bien el peso destacado de la directora lo hace más afín, como se ha indicado, a *21 días* (Cuatro). Cuando sus reporteros bucean, como casi siempre, en historias particulares u oficios o profesiones singulares nos recuerda al formato de *Vidas Anónimas* (La Sexta). En los programas donde el lujo se hace presente, o bien el intento de mostrar los espacios hogareños de baja o alta estofa, el modelo seguido parece el de *Mujeres ricas, ¿Quién vive ahí?* o *Supercasas* (todos ellos de La Sexta). Cuando su agenda viene determinada por el calendario y la estacionalidad, el perfil del programa se identifica con el de las propuestas veraniegas de las dos grandes cadenas comerciales estatales (*Ola, ola*, de Antena 3 o *Verano a tope*, de Telecinco). Si se acercan a la realidad de los temporeros andaluces que acuden a la vendimia francesa; o a la de los españoles emigrados en Europa, el espacio destila las formas de *Andaluces por el mundo* o *Españoles por el mundo*...

En definitiva, se trata de un formato “vampiro”, o cuando menos con la flexibilidad suficiente para intentar atraer a su audiencia por medio de formatos sugerentes a los que la audiencia se halla familiarizada gracias a otras cadenas. La construcción de la realidad se aleja notablemente de los parámetros del reportaje clásico que abunda en el resto de programación del canal andaluz, salvo quizás en el magazine informativo diario *Andalucía Directo*, más apegado a la noticia diaria. Esta presentación novedosa, fruto de la evolución de las características del propio medio televisivo, que deforman la función periodística y la empuja en brazos de lo espectacular, provoca en palabras de Imbert (2005) «la desfiguración de la realidad».

En el caso del programa analizado, esta desfiguración puede estar asentada en que los reporteros, lejos de limitarse a la labor de mediación entre las fuentes informativas y los espectadores, participan de las acciones, las provocan y se convierten en actores de la historia retratada. Por más que el propósito final sea el de conseguir un trabajo de investigación periodística que dé a conocer una realidad social determinada, en su conjunto, *75 minutos* asienta su dibujo de lo público, de lo social y colectivamente compartido en la entronización de historias privadas.

La empatía buscada con los espectadores andaluces se sirve de escenarios, costumbres y preocupaciones supuestamente compartidas por la población de la comunidad. Pero bajo esa estructura de historias dramáticas más propia de la ficción, habría que cuestionarse si, ante la falta de fuentes especializadas y planteamientos interpretativos, acaso también esos rasgos de lo andaluz puedan ser, a su vez, ficticios o, cuando menos, alicortos o sesgados.

En conclusión, *75 minutos* resulta ser una clara muestra de hasta qué punto la sinergia entre el medio televisivo y el espectáculo de la realidad está sirviendo para

redefinir las características propias de los programas de reportaje realizados en España durante los últimos años. De hecho, estas estrategias de narración para conseguir la identificación de las audiencias están presentes en los formatos de la telerrealidad, en los docurealities, en el cine y hasta en la propia información periodística de manera creciente. Quizá la ubicación de este programa en el *prime time* de una cadena con un perfil de espectadores proveyentes demuestre bien que éstos quizá ya han sido seducidos por dichas fórmulas narrativas; o bien que los creadores del formato o los gestores del canal crean que es sólo a través de la forma —y no tanto del fondo periodístico— como pueden atraer a audiencias más jóvenes hacia su oferta.

BIBLIOGRAFÍA

BARROSO GARCÍA, J. (1996) *Realización de los géneros televisivos*. Síntesis, D.L., Madrid.

BERNARDO, *et al* (2009) “La transgresión de la realidad en el reportaje televisivo. El tratamiento del caso “El Cabanyal””. RLCS, *Revista Latina de Comunicación Social*, 64, pp. 328-340.

[http://www.revistalatinacs.org/09/art/27_826_50_ULEPICC_06/Bernardo_et_al.html]

GUTIÉRREZ LOZANO, Juan Francisco (2009a) “De los aceituneros a las células madre: la evolución de la sociedad andaluza y su representación en *Los reporteros de Canal Sur Televisión (1990-2008)*”. [Actas del II Congreso internacional de teoría y técnica de los medios audiovisuales] [CD Rom] Castellón, Universidad de Castellón, 2009.

GUTIÉRREZ LOZANO, Juan Francisco (2009b) “Public TV and regional cultural policy in Spain as reflected through the experience of Andalusian regional television”. *Cultural Trends*, Routledge, Volume 19, Issue 1-2, March-June 2010, pp. 53-63.

IMBERT, Gérard (2005): “Nuevas formas televisivas. El *transformismo* televisivo o la crisis de lo real (de lo informe a lo deforme)”, Telos, *Cuadernos de Comunicación Social*, 62.

[<http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/articulocuaderno.asp?idarticulo=por+ciento3D2&rev=por+ciento3D62.htm>]

SÁNCHEZ ALARCÓN, I. Y DÍAZ ESTÉVEZ, M., Coords. (2009): *Doc 21. Panorama del reciente cine documental en España*. Luces de Gálibo, Málaga.