



Universidad de Valladolid

CURSO 2021-2022

Facultad de Filosofía y Letras

Grado en Periodismo

SI HAY SANGRE, HAY NOTICIA

La fascinación de la audiencia por noticias morbosas. El cine, por su fuerza expresiva, el medio para demostrarlo. Análisis del caso: ``Nightercrawler`` (Dan Gilroy, 2014)

Alumno: Antonio Ochoa Romacho

Tutora: Mercedes Miguel Borrás

Departamento: Historia Moderna, Contemporánea, América,
Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad

Convocatoria: primera (junio, 2022)

RESUMEN

Esta investigación tiene como propósito mostrar cómo las noticias relacionadas con muertes, catástrofes y otras calamidades, generan mucha más audiencia que cualquier otro tipo de noticia, por muy relevante que sea. Y el cine, por su enorme capacidad comunicativa, es el medio perfecto para demostrarlo.

El principal objetivo que se quiere alcanzar al realizar este estudio, es mostrar el poder que tiene la crónica roja para captar la atención del receptor e incidir en sus emociones, analizando el largometraje: *Nightcrawler* (Dan Gilroy, 2014).

Se estudiarán tres secuencias de la película donde expondremos el tema principal relacionado con el periodismo que expresa cada una, su descripción (personajes, escenarios, iluminación, sonido, etc.), para concluir con un breve comentario sobre cada secuencia en referencia a la ética del periodismo.

Por último, expondremos los resultados del análisis y unas conclusiones en las que trataremos de reflejar cómo la película ejemplifica la frase que da título a este trabajo fin de Grado: ``si hay sangre, hay noticia``.

PALABRAS CLAVE

Sensacionalismo, violencia mediática, morbo, audiencia, análisis cinematográfico

ABSTRACT

This research aims to suggest how news related to deaths, catastrophes and other calamities are of more interest to citizens and generate much more audience than any other type of news, however relevant it may be. And the cinema, due to its enormous communicative capacity, is the perfect medium to demonstrate it.

The main objective of this study is to show the power of the crime report to capture the attention of the receiver and influence their emotions, by analyzing the feature film *Nightcrawler* (Dan Gilroy, 2014).

We will study three sequences of the film where we will expose the main theme related to journalism that each one expresses, its description (characters, settings, lighting, sound, etc.), to conclude with a brief commentary on each sequence in reference to the ethics of journalism.

Finally, we will present the results of the analysis and some conclusions in which we will try to reflect how the film exemplifies the phrase that gives the title to this thesis: "if there is blood, there is news".

KEYWORDS

Sensationalism, media violence, morbid, audience, cinematographic analysis.

1. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1 Justificación del estudio.....	1
1.1.1 Motivación personal.....	2
1.1.2 Relevancia social.....	3
1.2 Objetivos de la investigación.....	4
1.3 Hipótesis de estudio.....	4
1.4 Fuentes	5
2. ESTADO DE LA CUESTIÓN.....	5
2.1 Contexto Histórico: Evolución de las noticias en el último siglo.....	5
2.2 La sociedad y el morbo.....	10
2.3 El cine como instrumento de manipulación.....	13
2.3.1 Escritura y transferencia.....	16
2.4. Metodología.....	17
3. ANÁLISIS Y RESULTADOS.....	19
3.1 <i>Nightcrawler</i> (Dan Gilroy, 2014): Análisis del film.....	19
3.2 Resultados.....	31
3.2.1. Crítica social.....	34
3.2.2. Ser los primeros: Ventaja, pero con posibles consecuencias.....	35
4. CONCLUSIONES.....	36
5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	38

1. INTRODUCCIÓN

El periodismo vive una etapa en la que la llamada ``crónica roja'', aquella que muestra catástrofes, asesinatos y otras desgracias, ha pasado de ser casi un subgénero periodístico marginal, a un fenómeno mediático que, explotando la violencia y la crueldad, está generando grandes beneficios.

Este tipo de periodismo surgió a finales del siglo XIX, pero a día de hoy, ha evolucionado hasta el punto de que enrojece todo tipo de medios, se ha multiplicado. Podemos encontrar este tipo de noticias en cualquier página de un diario, fragmento de un informativo o podcast de cualquier programa de radio.

Es una realidad, está surgiendo un nuevo modo de hacer periodismo. Este tipo de noticias son hilos que atrapan a la sociedad. El problema de esto es que la sociedad las está normalizando, llegando incluso a banalizar los actos violentos. En suma, se está produciendo una inestabilidad social. (Parga, 1997).

El cine es la 7ª de las artes. En suma, en un mismo plano pueden confluír diferentes elementos como: la música, el encuadre, la interpretación o el plano. Todo esto hace que ese morbo o curiosidad innata en el hombre se multiplique.

La cámara se ofrece en holocausto al espectador, le acerca a los hechos, haciéndole partícipe de ellos. Si además añadimos la dilatación temporal, la música, el montaje, etcétera... el efecto señalado se dispara hasta el infinito y más allá.

De ahí que el cine sea un instrumento perfecto para crear o denunciar conflictos.

Dada la capacidad que tiene el séptimo arte para transferir ideas, esta investigación se acerca a la fuerza sugestiva del cine para tratar temas relacionados con catástrofes. Tomamos como claro ejemplo de ello la película *Nightcrawler* (Dan Gilroy, 2014), puesto que su argumento, conflicto, personajes y puesta en escena, son el ejemplo perfecto para mostrar el tema que da título a este Trabajo Fin de Grado: *Si hay sangre, hay noticia*.

1.1. Justificación del estudio

Actualmente, el morbo está presente en cada informativo, artículo o noticia que escuchamos por radio, tv y redes sociales. Aunque hay gran cantidad de estudios sobre

los efectos de la violencia en televisión, son escasos los que indagan sobre el porqué del interés o rechazo que despierta.

Según exponen (Villanueva, Castro, Fernández y Maneiro, 2013), la realidad interesa más, ya que los hechos verídicos atrapan al espectador. Los procesos de identificación con los personajes, las situaciones y el desarrollo de las emociones, son procesos clave en los efectos de la visión de violencia. Una persona que ve una noticia en televisión sobre un asesinato en un barrio de su ciudad llega a empatizar con las imágenes mucho más que si la misma noticia se hubiese producido en otro país.

En definitiva, en los medios de comunicación la cuantía de la violencia es muy alta y la importancia que se le concede prioritaria.

No obstante, no podemos comparar la emisión de actos bélicos o terroristas que reflejan los informativos con los que, por ejemplo, pueden aparecer en una película (Imbert, 2006 en Fernández Villanueva, Revilla Castro, González Fernández, Lozano Maneiro (2013). El cine tiene gran relevancia como instrumento de comunicación audiovisual y repercusión social. A través del séptimo arte, la eficacia educativa de la imagen es de gran relevancia, y esto tiene mucho que ver con nuestra interpretación de la realidad.

El cine, además de hacer que no pensemos en nada durante las próximas dos horas, puede ser un elemento que apunte o deconstruya ideas. (Morales Romo, 2017).

1.1.1 Motivación Personal

Vivimos en una sociedad conectada a través de una pantalla y donde el periodismo ha estado obligado a actualizarse. Los medios de comunicación se encuentran en una continua lucha en la que ser el primero en trasladar una noticia es fundamental.

Esta inmediatez, ayudado porque hoy en día cualquier persona puede producir una noticia, ha generado un verdadero problema como son las *fake news*.

Por otra parte, vivimos en una sociedad morbosa, y los medios de comunicación se aprovechan de ello. En ciertas ocasiones y dependiendo del tipo de noticia que se trate, la gente suele criticar a los medios por emitir o publicar cierta información en la que se vea implicado un cadáver. No está bien visto en nuestra sociedad tratar este tipo de temas, pero lo cierto es que cuando aparecen en televisión, no despegamos la vista de ella.

Hablo de la televisión porque creo que es el medio de comunicación que más ventaja tiene ante el resto, aunque cierto es que Internet está a día de hoy muy por encima de medios convencionales como radio o prensa escrita. El por qué es fácil, cualquier usuario puede ser emisor o receptor de información y puede enterarse de lo que ocurre en cualquier parte del mundo de forma instantánea, mucho más rápido que cualquier otro medio.

Creo que el periodismo es una profesión muy respetada. El periodista siempre debe buscar la verdad, ser totalmente imparcial y ante todo respetar el Código Deontológico establecido por la Federación de Asociaciones de Periodistas Españoles. Pese a ello, el periodismo ha ido evolucionando considerablemente con el paso de los años y la imagen del periodista se ha visto afectada.

Todo esto es la teoría, lo que nos enseñan en los estudios para ejercer como profesional de este noble oficio, pero lo cierto es que, en ocasiones, los periodistas olvidamos todo esto únicamente para buscar beneficio personal.

Por todo ello, me parece muy interesante realizar una investigación de este tipo y relacionarla con el cine. La fuerza sugestiva del cine, tiene la capacidad de llevar hasta sus últimas consecuencias esto que estamos diciendo.

1.1.2 Relevancia Social

Dentro del mundo del periodismo, la televisión es el medio de comunicación más importante, ya que penetra de lleno en cualquier esfera social. Las personas nacidas a finales del siglo XX o principios del siglo XXI, han crecido literalmente pegados a una pantalla.

El atentado de las Torres Gemelas el 11 de septiembre de 2001, supuso un antes y un después en el periodismo y en la sociedad. Aquel día, los medios de comunicación informaron del trágico suceso en el instante en el que ambos aviones impactaban con ambas torres. Todos pudimos ver las imágenes, incluso cómo las víctimas saltaban del edificio al vacío para evitar morir quemadas.

Este es un ejemplo de los muchos que, desde entonces, se han sucedido. Entonces la gente no daba crédito a lo que veían sus ojos, hoy lo tenemos más que normalizado.

El hecho de que se produzcan este tipo de noticias y los medios de comunicación lo reflejen en sus diferentes áreas, está haciendo que la sociedad normalice la violencia, llegando a generar una insensibilidad y una necesidad por recibir información sobre este tipo de contenidos, como si de una droga se tratase.

Los filmes de terror fueron durante la época clásica del cine un género recurrente, pero inocente. Sin embargo, en la actualidad, este género ha invadido las grandes y pequeñas pantallas y esa inocencia ha desaparecido por completo, ya que las películas de terror cada vez son más sangrientas y brutales. Atrás quedó la majestuosa actuación de Linda Blair y el fabuloso trabajo de maquillaje que causó verdadero temor entre los espectadores cuando visionaron por primera vez *The Exorcist* (William Friedkin) en el año 1973.

Sin duda alguna, este tipo de noticias ha cambiado nuestra manera de ser y ver el mundo, y ha generado una fascinación por la violencia y una nueva realidad que se ha integrado en todos los subgéneros periodísticos: el morbo mediático.

1.2 Objetivos

Esta investigación plantea varios objetivos:

- 1- Mostrar el poder que tiene la crónica roja para captar la atención del receptor e incidir en el desarrollo de sus emociones.
- 2- Analizar la película *Nightcrawler* como ejemplo del poder manipulativo que poseen los medios de comunicación.

Como consecuencia de este segundo punto se derivan unos objetivos específicos:

- Estudiar por secuencias dramáticas el conflicto y ver su evolución a través de los personajes.

1.3 Hipótesis de estudio

- La película ejemplifica, a través de los recursos narrativos y escenográficos que le proporciona el lenguaje cinematográfico, la frase: “si hay sangre hay noticia”.

1.4 Fuentes

Una de las fuentes que ha servido de inspiración a la hora de desarrollar esta investigación, ha sido el artículo del profesor de sociología de la Universidad de Alicante, Clemente Penalva (*El tratamiento de la violencia en los medios de comunicación*. 2002), donde el autor habla del importante papel que desempeñan los medios de comunicación. También nos apoyamos en diferentes artículos de la revista *URVIO. Revista Latinoamericana de Estudios de Seguridad* (2007), que ha investigado sobre este tema.

Por otra parte, hemos tomado como referencia la *Revista Semestral de la Psicología de las Emergencias y de la Intervención en Crisis* (2002), en especial el artículo donde el periodista Jordi Vilamitjana i Pujol habla sobre la función que desempeña un periodista ante una catástrofe.

Para abordar la parte empírica de nuestro trabajo se ha seguido el estudio de los doctores de la Universidad Jaume I de Castellón, Francisco Javier Gómez Tarín y Javier Marzal Felici, *Una propuesta metodológica para el análisis del texto fílmico* (2005). Asimismo, para estudiar las funciones de los personajes tomamos como referencia el libro de Syd Field, *El manual del guionista* (1995). También nos apoyamos en los ensayos de Ramón Carmona (*Cómo se comenta un texto fílmico*. 1991), Jaques Aumont y Michel Marie (*Análisis del Film*, 2002), y finalmente la investigación de Bárbara Girves (*El cine como instrumento de propaganda y manipulación de masas en el nazismo*, 2018).

2. ESTADO DE LA CUESTIÓN

2.1 Contexto Histórico: Evolución de las noticias en el último siglo

Una noticia es una secuencia unitaria del total del acontecer diario. Algo que sucede y que puede o no convertirse en información.

Las grandes agencias de información nacen a principios del siglo XIX: Havas (Francia), Wolf (Alemania), Reuters (Alemania/Inglaterra), Associated Press y United Press (Estados Unidos).

Los servicios que ofrecían se centraban sobre todo en temas económicos y geopolíticos. Fue más tarde cuando comenzaron a suministrar noticias de sucesos. Los diarios ligados a sus servicios publicaban y su tiraje comenzaba a subir. Más que conocido, por ejemplo,

fue el pleito Hearst vs Pulitzer en Estados Unidos y sus enfrentamientos por suministrar noticias sensacionalistas, la mayoría, ligadas a los sucesos y conflictos bélicos.

Si nos fijamos en nuestro país, en el año 1888, tuvo lugar el famoso crimen de la calle Fuencarral. Los periódicos se hicieron eco y narraron con detalle todo lo acontecido y el público siguió en masa los acontecimientos a través de estos.

El siglo XIX ve nacer una serie de adelantos tecnológicos que revolucionaron el periodismo, que hizo que se organizara de un modo nuevo. A mediados de ese siglo, comienzan a trabajar las primeras agencias de noticia en occidente.

La primera agencia de información que se monta en occidente se estableció en París. Esta primera agencia la funda Charles Havas, quien en 1835 se dedicaba a exportar noticias y es cuando pensó en crear una agencia, que denominará con el nombre de La Agencia Havas en el siglo XIX. La instaló en el centro neurálgico de París y a base beneficio de la invención del telégrafo óptico.

En España, como sabemos, la primera agencia en crearse fue EFE, el 3 de enero de 1939. Fue creada tras el fin de la guerra civil por el bando franquista. Actualmente es una referencia a la hora de solicitar información.

Pero si hubo algo que caracterizó el mundo del periodismo durante a finales del s. XIX y principios del XX fue la llegada y expansión del sensacionalismo, y junto a este un nombre, Joseph Pulitzer.

Pulitzer funda World en Nueva York, siendo un mito del periodismo sensacionalista. Se trataban temas sobre una determinada clase social la cual hasta ahora no se habían tratado, un periodismo más popular.

Las características del sensacionalismo en el inicio de siglo eran la bajada del precio del periódico para llegar a cualquier tipo de lector, perteneciera a la clase social que fuera; establecer un lenguaje sencillo, ya que en aquella época el nivel de analfabetismo era muy alto; una presentación llamativa, característica muy ligada a la actualidad, ya que ahora los titulares llamativos son los que venden la noticia; pero, sobre todo, aparece la tira cómica por primera vez.

La primera tira que se publicó se llamó *Yellow Kid*¹ (Richard Ocault, 1895). De aquí surge el término de prensa amarillista, lo que actualmente conocemos como sensacionalismo.

Es cierto que el sensacionalismo se ha integrado mucho en la sociedad y en el periodismo estos últimos años. Según Javier Saad, A. S. (2011), el sensacionalismo es una manera de falsear la noticia y supone manipulación y engaño.

En su libro *Ética para periodistas*, el autor afirma que existen unos factores que acaban fomentando el sensacionalismo propio de la prensa amarilla. En su concepto, ellos son:

- a. La falta de garantías para el buen ejercicio profesional.
- b. La concentración y monopolio de los medios.
- c. la obsesión de competir por el rating de sintonía o circulación.
- d. El inmediatez.

Todas estas características, han hecho que los medios de comunicación hayan ido evolucionando a la hora de seleccionar las noticias que generan más audiencia, y es aquí donde aparece un término clave en el periodismo del siglo: El morbo.

Las imágenes violentas que muestran los medios día tras día es objeto de interés social. Según la **Agenda Setting**, desarrollada y publicada en el año 1972 en la revista especializada *Public Opinion Quarterly* por McCombs y Shaw, determina la capacidad total que tienen los medios de comunicación de determinar la agenda del día. En otras palabras, de decidir qué es noticia y qué no.

Por otro lado, cabe destacar otra teoría muy relacionada con nuestra investigación: **La teoría del encuadre o Framing**. Según (Entman, 1993) la Teoría del Framing es un proceso en el que se seleccionan algunos aspectos de la realidad, a los que les otorgará un mayor énfasis o importancia, de manera que se define el problema, se diagnostican sus causas, se sugieren juicios morales y se proponen soluciones y conductas apropiadas a seguir (Ardèvol-Abreu, 2015).

¹. *Yellow Kid* fue el personaje principal de la tira de prensa *Hogan's Alley* (1895). Se llamaba así puesto que se trataba de un niño que vestía una camisa de dormir de color amarillo.

En otras palabras, los medios enfocan la noticia desde un punto de vista, ocultando otros aspectos relevantes, distorsionándola por completo.

El mundo del periodismo ha evolucionado de manera asombrosa durante el último siglo. La llegada de internet ha hecho que un sector de la población como es la juventud, se interese por estar informado de lo que sucede en su entorno. Con medios convencionales como la prensa escrita esto no ocurre, es muy bajo el porcentaje de jóvenes que leen un diario en papel. Sin embargo, los medios digitales son el futuro.

Como seres sociales que somos, nuestra naturaleza nos empuja a conocer y a comunicarnos.

En nuestro país, esta naturaleza por comunicar y obtener información de la que hablamos, la controlan los grupos mediáticos. Estos grupos mediáticos siempre han estado gobernados por los diferentes medios convencionales como son la prensa escrita, la radio y la televisión, pero desde hace ya algo más de una década, se ha establecido un nuevo competidor que, a día de hoy, se coloca entre los tres medios más se consume: el internet.

La comunicación online permite al usuario nuevos modos de comunicar. Los medios de comunicación convencionales ya no son el único recurso que tiene un ciudadano que desee estar informado de lo que acontece en el planeta. Internet permite al usuario ser al mismo tiempo emisora y receptora de información.

En los últimos años, la televisión fue el medio de comunicación más consumido en nuestro país con una media de casi 4 horas diarias. Por detrás y muy de cerca le sigue internet, con un consumo medio de 3 horas diarias.

La prensa escrita por su parte, queda a años luz de sus otros dos competidores, con tan solo 7 minutos de consumo diario.

Ante este dato los medios escritos han comenzado a reinventarse, y a día de hoy prácticamente todos los medios escritos ofrecen también su información en formato digital, pero no solo eso. Cada vez más, los medios digitales reducen su contenido gratuito. En concreto en España, 30 diarios ya cuentan con lo que se conoce como *muro de pago*.

La incorporación de las nuevas tecnologías en la información y comunicación en este siglo XXI, han permitido el desarrollo de las nuevas y cambiantes formas de impresión,

que van desde el uso de internet como medio de producción de mensajes, hasta la incorporación de las redes sociales, que permiten a las personas de todo el mundo mantenerse conectadas con su círculo de amistades.

Con la llegada de estas nuevas tecnologías en la información se ha dado un paso del periodismo convencional al periodismo digital, que ha sido lento.

Una de las principales diferencias que se han dado es que por ejemplo en un periódico convencional, los periodistas escriben sobre temas concretos mientras que, en el periodismo digital, los periodistas abarcan prácticamente cualquier campo.

Esto se debe en gran parte a la necesidad de publicar una información de inmediato ya que, si somos los primeros en hacerlo, seremos los que más audiencia o visitas consigamos.

El problema de esto, es que la inmediatez prevalece sobre la calidad, por lo que a esos periodistas no les hace falta especializarse en un tema en concreto como pudiera ser política, deportes o internacional. Mientras sepa escribir una información breve pero actual vale.

¿Cuál es el mayor problema que está desencadenando esta nueva manera de hacer periodismo? La desinformación, no comprobar el origen de la información, así como tampoco que las fuentes sean fiables. Todo esto genera las llamadas noticias falsas o *fake news*.

Como hemos dicho anteriormente, las redes sociales permiten a los usuarios estar totalmente conectados a lo que sucede en cualquier parte del mundo al instante, además de ser los propios productores (también consumidores) de información que cualquier otro usuario puede ver. Así es como una noticia falsa se genera y se comparte, en algunos casos hasta millones de veces, en un instante. Todo esto sucede en un contexto de posverdad.

Un claro ejemplo del poder de las *fake news*, fue la campaña electoral del expresidente de los Estados Unidos Donald Trump en 2016.

Trump ganó aquellas elecciones gracias en parte al uso de las *fake news* y la manipulación de la verdad. Según la web *PolitiFact*, una página en la que periodistas y editores del New

York Times verifican las declaraciones de los políticos, el 70% de las declaraciones del expresidente eran bastante falsas, falsas o grandes mentiras.

Trump utilizó las redes sociales para aniquilar a su oponente Hilary Clinton, a partir de datos e información falsa que, lógicamente, era compartida por millones de personas llegando a todos los rincones del planeta.

Teniendo en cuenta la gravedad que puede llegar a implicar la difusión de *fake news* en la que la emoción y el morbo reina frente a la verdad, es fundamental aprender a reconocer una información errónea antes de divulgarla.

Volviendo al morbo y a la violencia. Las dos teorías mencionadas, la Agenda Setting y Framing, tienen mucho sentido y relación con el tema, puesto que son realmente los emisores de información, los que deciden mostrar en televisión, por ejemplo, escenas de cadáveres, catástrofes naturales, etc. y ante esto, los espectadores sienten inmediatamente un impulso para no despegar la vista de la pantalla. Pero, ¿por qué atrae tanto el morbo? ¿qué nos lleva a interesarnos tanto por noticias que hablan de las desgracias que sufren otras personas ajenas a nuestro entorno? Estas cuestiones, nos llevan al siguiente punto de nuestra investigación.

2.2 La sociedad y el morbo.

La palabra morbo, según el Diccionario de la Real Academia Española, tiene el siguiente significado:

Morbo (Del lat. *morbus*). 1. m. enfermedad (alteración de la salud). 2. m. Interés malsano por personas o cosas. 3. m. Atracción hacia acontecimientos desagradables. ~ comicial. 1. m. Med. epilepsia. ~ gálico. 1. m. Med. Bubas o gálico. ~ regio. 1. m. Med. ictericia. tener ~ algo. 1. fr. Producir morbo (interés malsano). V. cólera morbo. (Diccionario de la Real Academia, 1992)

Es común escuchar que la mayoría de la sociedad siente un cierto rechazo hacia el sensacionalismo, pero lo cierto es que cuando en televisión vemos imágenes impactantes sobre una noticia, no podemos despegar la mirada de la pantalla. Esto está causado por el morbo.

El filósofo alemán Friedrich Nietzsche, consideraba que, ver sufrir a una persona, genera bienestar en nuestro cuerpo, pero hacerla sufrir, más aún.

En el caso de los medios de comunicación, se despierta en el receptor de la noticia el concepto de muerte.

El ser humano es mortal y todos lo sabemos, sabemos que tarde o temprano llegará nuestra hora y moriremos. Por ello, cuando en televisión vemos imágenes impactantes de cadáveres o en radio anuncian que en una explosión han fallecido X personas, interiormente pensamos: ``podría haberme sucedido a mí y no me ha tocado``. En otras palabras, la muerte nos atrae porque sabemos que somos mortales y vamos a morir, pero en ese momento nos hemos librado.

Llegados a este punto, hay que destacar otro ámbito a tener en cuenta y que está muy ligado al morbo: el ámbito social.

Seguro que a todos nos han dicho alguna vez: ``no se lo cuentes a nadie``, pero no lo hemos cumplido.

Cuando tenemos una información que resulta ser confidencial, nuestro instinto genera la necesidad de contarlo, que no seamos los únicos en saberlo. Esto se debe a que al ser humano le gusta llamar la atención, hacerse ver.

Si esto lo trasladamos a los medios de comunicación, ya es habitual leer en prensa digital titulares que concluyen con frases del tipo: ``no creerás lo que ocurrió``.

El *clickbait* o *ciberanzuelo* nos hace visitar una noticia que a priori es muy llamativa y despierta nuestra curiosidad y morbosidad por saber de qué tratará, pero que al hacer *click* en ella comprobamos que era una trampa, que la noticia no despierta interés alguno. (A Bazaco, M Redondo, P Sánchez-García, 2019)

Lo cierto es que los medios de comunicación actualmente buscan crear morbo, puesto que el morbo genera audiencia y, con ello lógicamente, beneficio económico.

Pero ya no solo buscan beneficio económico, sino también prestigio profesional. Ser el primero en contarlo y transmitirlo de la manera más impactante posible es muy importante para ser el medio de referencia.

Este concepto se ve claramente reflejado en la película que analizaremos más tarde.

Por ello título esta investigación ``Si hay sangre, hay noticia``; o lo que es lo mismo: ``El morbo vende``.

Hay medios de comunicación que tienen capacidad de producir más morbo en el receptor de la noticia que otros. Es el caso de la televisión.

La televisión tiene la ventaja frente a los demás medios de contar con imágenes y audio, y esto es fundamental, puesto que, si nosotros escuchamos que una persona ha fallecido en un accidente de tráfico en la radio, no nos impactará de la misma manera que si vemos las imágenes de los hechos. Pero, ¿dónde está el límite que separa el morbo de la información?

Como dijimos anteriormente, el morbo produce un tremendo impacto social, genera placer entre la sociedad y por eso este tipo de noticias que nos presentan los medios venden.

Ante este tipo de noticias siempre surge una duda que parece que aún no tenemos claro: ¿cómo debe actuar el periodista a la hora de cubrir una catástrofe?

La Federación de Asociaciones de Periodistas de España (1922) establece en su Código Deontológico (1993) una serie de principios generales, cuya primera norma afirma que: ``el periodista actuará siempre manteniendo los principios de profesionalidad y ética contenidos en el Código Deontológico``. De esta forma, quienes no acaten esta norma incurrirán en los supuestos que se contemplen en la correspondiente reglamentación.

Lo que ocurre aquí es que hay una lucha de ética, de decidir que está bien y qué no. Esto provoca un eterno debate entre las sociedades modernas.

El periodista Jordi Vilamitjana i Pujol, en *El periodista ante la catástrofe* (2002), afirma que no es fácil encontrar los límites entre morbosidad y verdad. Aunque parezca una locura, las imágenes duras cumplen un cometido ético-social de calma en la población (ver a alguien que está peor lo mejora todo).

Está claro que no puede haber información sin ética, al igual que periodistas sin información, pero es fundamental que el periodista que cubre este tipo de noticias (catástrofes naturales, asesinatos, accidentes mortales, etc. tenga claro los límites de la verdad y la crueldad, y que, sobre todo, que tenga la información necesaria para contestar a tres preguntas: ¿de qué sirve la verdad?, ¿a quién le sirve? Y ¿qué es la verdad?

Según el Diccionario de la Real Academia Española (1992), ``la verdad es la conformidad de las cosas con el concepto de que ellas forma la mente, un juicio que no se puede negar racionalmente, una conformidad de lo que se dice con lo que se siente o piensa´´.

El periodista concluye su artículo con esta frase: ``Compatibilizar el derecho a la información y el derecho a la expresión con el derecho al honor, a la intimidad, a la propia imagen y a la protección de la juventud y la infancia es tarea ardua pero no imposible´´. (p.22)

Está claro que el periodismo tiene mucho trabajo por delante, y es urgente encontrar caminos saludables por donde este tipo de noticias puedan desarrollarse sin dañar la imagen de los afectados.

Existe una línea muy fina al transmitir una información que separa lo moral y ético del espectáculo.

El problema, afirma Vilamitjana (2002), es que los intereses económicos están siempre presentes, y estos intereses pueden comprar casi cualquier tipo de ética. Esta idea la vamos a desarrollar más adelante con mayor exactitud en el análisis del largometraje, donde aparece perfectamente definido.

2.3 El cine como instrumento de manipulación

El cine es un lenguaje, una manifestación del discurso, volcado a su dimensión artística. Un juego producido en las relaciones sintagmáticas y paradigmáticas que se establecen entre las palabras, imágenes y/o sonidos, que las lleva a alejarse de su uso cotidiano y que en su articulación les confiere su carga estética. (Miguel Borrás, 2008).

La utilización del lenguaje de la acción tal como lo enunciara Pasolini (1969) en su texto, y todos los aspectos morfológicos y sintácticos que se derivan de él, se lo proporciona el montaje, el punto de vista, las imágenes poéticas, los ruidos y el silencio, la suspensión de sentido... (Miguel Borrás, 2008).

Es un arte que transmite emociones. Todos los que amamos el cine buscamos en él una especie de refugio o desconexión durante algo más de noventa minutos. El mensaje que nos transmite un largometraje no nos llega a través de la razón y un discurso lógico, sino que va directamente desde la emoción.

Esas imágenes que visualizamos en las películas, quedan guardadas en nuestra memoria, y en algunos casos, pueden llegar a cambiar nuestra manera de pensar o actuar.

Como ejemplo diremos que, a lo largo de la historia del cine, muchas han sido las películas que han hecho cambiar la manera de pensar de la sociedad, o dar a conocer situaciones conflictivas que vivían algunos países y que desconocíamos por completo.

Según la Real Academia Española (1992), el término manipular, hace referencia al ``fenómeno de invertir con medios hábiles y, a veces, arteros, en la política, en el mercado, en la información, etc, con distorsión de la verdad o la justicia, y al servicio de intereses particulares``.

Y es que el cine ya se utilizó como medio manipulativo y propagandístico en la Alemania nazi, por ejemplo.

El régimen impuesto por el Nacionalsocialismo utilizó todos los medios necesarios para influir en el pensamiento social y, por supuesto, el cine fue uno de los medios más imprescindibles para hacerlo.

Hitler entendió que, para dominar a las masas, primero tenía que controlar los medios de comunicación. Y fue lo que hizo. Pero comprendió que el cine era un medio fundamental y tremendamente útil para transmitir sus ideales.

Por ello, Hitler eligió a la aclamada directora en aquella época, Leni Riefenstahl, para dirigir y producir uno de los documentales más emblemáticos del Nazismo: ``El triunfo de la voluntad`` (1935).

Esta última, Riefenstahl, se inspiró en la manera de hacer cine del director soviético Serguéi Eisenstein, ya que el cine alemán se dejó influir, por orden del ministro de propaganda nazi Joseph Goebbels, por la teoría del montaje de este director.

Otro Un claro ejemplo del uso del cine como medio manipulativo lo podemos contemplar en la obra más importante del director soviético: *El Acorazado Potemkin* (1925).

Es curioso analizar las obras cinematográficas de la época puesto que los mensajes propagandísticos y manipulativos eran mucho más eficientes cuanto más inconscientes eran para el espectador.

Por ejemplo, en el *Triunfo de la voluntad*, se resaltaron los valores más importantes del régimen como la divinidad del Führer, la supremacía de la raza aria, etc. Pero, ¿cómo lo consiguieron? A través de mensajes que penetraban en el espectador de manera inconsciente: Los planos, los movimientos de la cámara o, por supuesto, la banda sonora.

Esta idea se ha mantenido hasta día de hoy. Actualmente, un director sabe de sobra que, para transmitir ciertas emociones en el espectador, utilizará un plano detalle, un contrapicado, una luz más apagada, una banda sonora más emotiva, etc.

Lo que un director pretende realizar con una obra, es mostrar una mirada concreta hacia un hecho o un concepto. Esto lo hacen siguiendo una serie de pautas, unas técnicas que permitan expresar ese lenguaje.

Un buen ejemplo de esto es la utilización de primeros planos, angulaciones aberrantes, focalización narrativa hacia los objetos, etc. Con ello, focalizamos en el objeto o persona que queremos destacar por encima de cualquier otra.

La imagen cinematográfica la configuran distintos elementos, como por ejemplo el de la pertenencia, que se caracteriza por intercambiar significados, es decir, un objeto que aparece en una película puede significar diferentes cosas o incluso a estados de ánimo. De esta manera, refiriéndonos al contexto cinematográfico, la lluvia, o mejor dicho una gota, puede significar tristeza, pena o desolación.

El espectador comprende de manera indirecta este tipo de acciones que plantea el director y lo desarrolla en su subconsciente, llegando a empatizar más con un personaje, o a cambiar su manera de pensar. Esto es lo que quiso conseguir la Alemania nazi con los diferentes documentales que realizaron, apoyándose en las bandas sonoras, planos contrapicados para hacer ver que el Hitler era mucho más poderoso que el resto, etc.

Por otra parte, el cine también juega con otro método: Da al espectador la posibilidad de poder completar el relato en su propia mente. Esto evidentemente tiene un carácter subjetivo, ya que cada receptor realiza un trabajo interpretativo de la información diferente. Aunque siga las mismas pautas establecidas por el autor, añade su propia experiencia y su propia percepción del relato. Es por ello que todos tenemos alguna película favorita o con la que empatizamos más.

2.3.1 Escritura y transferencia

Dicho esto, podemos afirmar que existen dos parámetros en los que se sustentan la capacidad de significar y comunicar en el cine. El primero es la escritura, ya que pone en juego la totalidad del lenguaje. El segundo es la transferencia, ya que no copia la realidad, sino que la transfiere, es decir, *el efecto de realidad* (Barthes 1968)

Estamos hablando de la esencia del cine: la construcción imaginaria del universo ficticio (diégesis), sus códigos y símbolos, ya sea en el interior de un plano como en los sentidos producidos en su interrelación, dado su carácter secuencial. (Miguel Borrás, 2008)

La naturaleza que habla a la cámara, afirma Benjamin, es distinta de la que habla a los ojos. Gracias a los aumentos ópticos, podemos acercarnos a ese inconsciente óptico, igual que gracias al psicoanálisis percibimos el inconsciente pulsional. La cámara (al contrario de otras formas expresivas) establece una relación muy fuerte con el aspecto material de las cosas, es el instrumento a través del cual actúa el pensamiento, que cobra forma a través del lenguaje (Benjamin, 1931).

Por ello el cine provoca el pensamiento. Nos obliga a estar conectados a la película para dibujar en nuestra mente nuestra propia visión de la misma, a completar la historia. Es aquí donde entra en juego la filosofía, y es que todas las películas plantean un dilema, un conflicto que afecta al ser humano. Este problema nos hace indiferente o compasivo sobre algún tema que se plantea.

Por ello el cine es un arte tan especial, porque tiene el poder de persuadir en nuestra mente y cambiar nuestra manera de pensar, de actuar y de ver el mundo.

2.4 Metodología

El método de trabajo para realizar esta investigación tratará de analizar el film *Nightcrawler* (Dan Gilroy, 2014). Para ello, efectuaremos un análisis cualitativo que toma como punto de referencia y ayuda la investigación teórica realizada en la primera parte. Para realizar el análisis de una película, no se puede seguir un esquema en general, ya que depende del tipo de película, las metas que queramos alcanzar y quién la analice.

Como hemos citado anteriormente, para llevar a cabo este trabajo, se ha seguido el estudio de los doctores de la Universidad Jaume I de Castellón, Francisco Javier Gómez Tarín y Javier Marzal Felici, expuesto en su artículo una propuesta metodológica para el análisis del texto fílmico (2005). También nos apoyamos en Ramón Carmona (1991), Jaques Aumont y Michel Marie (2002). Todo ello nos permite realizar la ficha de análisis.

Asimismo, para trabajar aspectos narrativos y de personajes, nos hemos apoyado en *El manual del guionista* de Syd Field (1995), que se muestra a continuación:

FICHA TÉCNICO-ARTÍSTICA		
SINOPSIS		
TEMA		
ARGUMENTO		
CONTEXTO HISTÓRICO-SOCIAL		
ANÁLISIS POR SECUENCIAS DRAMÁTICAS	TEMA	
	DESCRIPCIÓN	
	SENTIDOS EXPRESADOS	NARRACIÓN: PERSONAJES Y ACCIONES
		PUESTA EN ESCENA.
	ÉTICA DEL PERIODISMO	

Fuente: Elaboración propia

Ficha técnico-artística:

En primer lugar, se facilita la ficha técnico-artística del film dirigido por Dan Gilroy en el año 2014 para situar al lector en contexto. Se trata de una película que tuvo bastante éxito. Nominada a los premios Oscar al mejor Guion original, lo que refuerza la teoría de que el tema de la investigación llama la atención e interesa.

Sinopsis:

A continuación, se elabora una breve sinopsis del largometraje para poner en situación al lector, al mismo tiempo que se presenta al protagonista y la ciudad en la que se desarrolla la película.

Tema:

Antes de hablar del argumento en sí, se destaca el tema de la película y la idea central de la misma. Con esto se consigue que se capte cual es el *late motiv* del film en una sola línea.

Argumento:

En cuanto al argumento, se dan más datos interesantes de la película y la vida del protagonista. También se presentan a otros personajes que serán relevantes en el desenlace de la historia.

Contexto histórico-social:

Una vez explicado el argumento de la película, se hablará del contexto histórico-social de la misma. Es clave situarnos en el lugar donde se desarrollan los hechos, ya que estamos hablando de la ciudad de Los Ángeles, la segunda más grande de Estados Unidos y con mayor número de barrios conflictivos.

Análisis por secuencias dramáticas:

Por último, se realiza el análisis por secuencias dramáticas de la película. Esta es la parte más importante de la investigación. Y siguiendo el siguiente orden, señalado en la ficha de análisis:

Tema relacionado con la investigación al que hace referencia la secuencia.

Primer Tema: *Ruptura de la ética periodística por obtener beneficio propio: Todos somos una empresa.*

Este primer tema que destacamos es un golpe de realidad, ya que el protagonista contempla en primera persona como a los medios de comunicación les importan más los intereses económicos que la integridad física de una persona.

Segundo Tema: *La lucha por la audiencia.*

En este segundo tema se pone de manifiesto como en comunicación se hace lo que sea para obtener el máximo beneficio posible, incluso si ello conlleva violar los códigos deontológicos establecidos.

Tercer Tema: *Rebasando los límites legales.*

Este último tema que se destaca en la investigación tiene relación con el anterior ya que, el beneficio personal está tan presente en los medios de comunicación, que estos pueden llegar a rebasar todos los límites legales con el único fin de conseguir estos beneficios.

Descripción de la secuencia en la que se incluyen diálogos entre personajes.

1. Significación, es decir, lo que cada secuencia trata de transmitir en el espectador a partir de:
 - a. Narración: Personajes, objetivos y finalidad dramática de las acciones que desempeñan.
 - b. Escenarios, iluminación y movimientos de cámara.

Ética del periodismo:

Finalmente, se concluirá el análisis de la secuencia con un breve comentario en referencia a la ética del periodismo y de cómo se ve reflejado en la secuencia. Esto se llevará a cabo a través de ejemplos actuales o citas de algunos autores.

3. ANÁLISIS Y RESULTADOS

3.1. *Nightcrawler* (Dan Gilroy, 2014): Análisis del film

Acometemos al análisis del filme por secuencias dramáticas, es decir, unidades de contenido, que pueden estar compuestas por una o varias escenas. En este caso vamos a analizar tres secuencias a partir de la ficha descrita en Metodología (2.4. Metodología)

FICHA TÉCNICO-ARTÍSTICA		
SINOPSIS		
TEMA		
ARGUMENTO		
CONTEXTO HISTÓRICO-SOCIAL		
ANÁLISIS POR SECUENCIAS DRAMÁTICAS	TEMA	
	DESCRIPCIÓN	
	SENTIDOS EXPRESADOS	NARRACIÓN: PERSONAJES Y ACCIONES PUESTA EN ESCENA.
	ÉTICA DEL PERIODISMO	

Fuente: Elaboración propia

FICHA TECNICO-ARTÍSTICA:

Título Original: *Nightcrawler*

Director: Dan Gilroy

Producción: Bold Films

Guión: Dan Gilroy

INTÉRPRETES: Jake Gyllenhaal, Rene Russo, Bill Paxton, Ann Cussack, Kevin Rahm

Género: Crimen, Thriller

País: Estados Unidos

Duración: 117 min.

Año: 2014



Fuente: Filmaffinity

PREMIOS

2014: Premios Oscar: Nominada a Mejor guion original

Globos de Oro: Nominada a Mejor actor - Drama (Jake Gyllenhaal)

Premio BAFTA: 4 nominaciones, inc. Mejor actor (Jake Gyllenhaal)

American Film Institute (AFI): Top 10 - Mejores películas del año

National Board of Review: Mejores 10 películas del año

Premios Independent Spirit: Mejor ópera prima y guion

Premios Gotham: 2 nominaciones, incluyendo Mejor nuevo director

Satellite Awards: Mejor guion original

Sindicato de Productores (PGA): Nominada a Mejor película

Sindicato de Guionistas (WGA): Nominada a Mejor guion original

Sindicato de Actores (SAG): Nominada a Mejor actor (Jake Gyllenhaal)

Critics Choice Awards: 3 nominaciones, inc. Mejor película

Asociación de Críticos de Chicago: 2 nominaciones, inc. Mejor actor

(Jake Gyllenhaal)

SINOPSIS

Lou Bloom (*Jake Gyllenhaal*) es un joven frustrado que no logra encontrar un empleo. Un día, mientras circulaba por la autopista, presencia un brutal accidente del que los medios de comunicación se hacen eco. Es ahí donde se da cuenta del negocio que supone la prensa criminalista en una ciudad tan peligrosa como Los Ángeles. Su trabajo es fácil: llegar a los escenarios de crímenes o accidentes el primero, filmarlos con su cámara, para después venderlos al mejor postor.

TEMA

Ruptura de la ética periodística por obtener beneficio propio: Todos somos una empresa.

ARGUMENTO

Un día, conduciendo por la autopista, Lou presencia un grave accidente de coche, y observa como un grupo de reporteros acuden al lugar con sus equipos de grabación para registrar lo ocurrido y venderlo al mejor postor.

A partir de este momento comienza a interesarse por el tema y decide convertirse en reportero *freelance*.

A lo largo de la trama asistimos a varios crímenes acontecidos en la zona, de los que Lou, nuestro protagonista, se hace eco. Una vez grabadas las imágenes, se dirige a una cadena de televisión liderada por Nina Romina (Nene Russo) para venderlas. Nina se da cuenta de que Lou le puede proporcionar un contenido que generaría mucha audiencia y beneficios.

A medida que avanza la narración, las grabaciones de Bloom resultan cada vez más morbosas y macabras, a lo que Nina responde pagándole más dinero. Es a partir de ahí, cuando la falta de escrúpulos se adueña de ambos personajes, sobre todo del protagonista, que rebasa los límites de la moral y los códigos deontológicos del periodismo, llegando a manipular los escenarios de un crimen y actuar a espaldas de la ley.

CONTEXTO HISTÓRICO-SOCIAL

Nightcrawler nos sitúa en la ciudad de la costa oeste estadounidense de Los Ángeles (California), la segunda ciudad más poblada de Estados Unidos tras Nueva York, con cuatro millones de habitantes.

La mayor parte de la película está ambientada en la zona de South Central, la zona más conflictiva con uno de los índices de criminalidad más altos, no sólo de Estados Unidos, sino del mundo.

Esta zona tiene una superficie de 1.302 km² y engloba 25 barrios, entre ellos Compton, uno de los más conflictivos. Aquí conviven varias culturas e ideologías y es el territorio de peligrosas pandillas.

Nightcrawler muestra de primera mano como un medio de comunicación convencional como es la televisión, cubre las noticias y prepara los informativos desenmascarando lo que la gente no ve más allá de la pantalla.

ANÁLISIS POR SECUENCIAS DRAMÁTICAS

A lo largo del largometraje, podemos observar varias secuencias que reflejan perfectamente nuestro objeto de estudio. A medida que la trama se va desarrollando, las escenas que muestran este tipo de situaciones se intensifican notablemente. Nos centraremos en las tres secuencias dramáticas más relevantes para cumplir los objetivos planteados en nuestra investigación.

Cada secuencia lleva un título, acorde con el tema o idea a la que hace referencia: 1º El descubrimiento del periodismo sensacionalista; 2º La lucha por la audiencia y 3º Rebasando los límites legales.

PRIMERA SECUENCIA

Tema: EL DESCUBRIMIENTO DEL PERIODISMO SENSACIONALISTA

La primera secuencia dramática a analizar es clave en nuestro análisis y en esta investigación, puesto que es el primer acercamiento que tiene el protagonista, Lou Bloom, con el periodismo sensacionalista.

Descripción:

Lou presencia el primer accidente. Un coche arde en llamas con su conductora atrapada en el interior. En el mismo momento que los agentes de policía tratan de socorrerla, una furgoneta llega al lugar; De ella bajan dos reporteros para grabar todo lo ocurrido.



Fuente: Filmaffinity

Lou visualiza la escena fijamente interesándose por los dos cámaras, por lo que no duda en acercarse a uno de ellos, Joe (Bill Paxton) para preguntarle:

Bloom: Disculpe, ¿esto va a salir en la tele?

Joe: En las noticias de la mañana. La sangre vende.

Bloom: ¿En qué canal?

Joe: En el que mejor pague.

Bloom: ¿Cuánto gana por algo así?

Joe: No lo suficiente (...) Te diré algo. Es un trabajo de mierda.

Sentidos expresados:

La narración -personajes, sus acciones- y la puesta en escena, contribuyen a expresar la idea de sensacionalismo.

Narración: personajes y acciones

Lou Bloom tiene un objetivo claro: conocer si este nuevo trabajo que ha descubierto podría ser un nuevo comienzo laboral para él. El obstáculo que se encuentra es que Joe no le da mucha información, puesto que reciben la alerta de un nuevo suceso y se marcha rápidamente. Con esto último descubrimos un nuevo dato importante. Los reporteros deben de ser los primeros en llegar al lugar de los hechos, es necesario para conseguir los mejores planos, y Lou se queda con esta idea en la cabeza.

Joe: ``*La sangre vende*``. Sus palabras están carentes de sentimentalismo; pero además se alegra de ver la brutalidad del accidente, porque ello le repercute positivamente. Pero también sus acciones: Al ver la escena, se intuye que Joe lleva mucho tiempo trabajando como reportero freelance, por lo que conoce perfectamente lo que les interesa a las cadenas de televisión. Al grabar el accidente, Joe busca los planos más cercanos posibles de la víctima, porque sabe que cuanto más impactantes sean las imágenes, más interesarán al espectador. La función de este personaje es mostrar una fuerte crítica tanto a los medios sensacionalistas como al público que lo consume.

La puesta en escena

Escenario, iluminación y sonido están organizados para acentuar ese dramatismo: Las calles en completa oscuridad que se van iluminando con las sirenas de los coches patrulla hacen la escena aún más trágica.

Nada de música, un sonido ambiente predominado por las sirenas policiales, crea un ambiente tenso y serio, que se acentúa con la llegada desesperada de las asistencias médicas.

Por último, destacar que se trata de una de las principales secuencias de la película, por lo que atrapa al espectador desde el minuto uno y lo prepara para todo lo que verá a continuación.

Ética del periodismo:

Sobre lo dicho anteriormente, recojo unas palabras del periodista José Cervera, quien considera que la competitividad siempre fue uno de los atractivos de la profesión, y que ser el primero siempre fue importante:

“El primero en publicar tenía ventaja. Hoy se trata de repetir esto mismo en un entorno completamente diferente porque se ha interiorizado en la profesión como el símbolo de todo lo bueno, y estamos viendo el resultado: *fake news*, sensacionalismo, *clickbait*, etc.”
(Cervera, J. 2018. *Contra la verdad, las noticias falsas no existen. Cuadernos de periodistas*, 35.)

Esto podemos comprobarlo cada día con el claro ejemplo de las redes sociales, en donde prácticamente podemos enterarnos de cualquier noticia inmediatamente después de que esta ocurra. El problema es que muchas veces esa información está muy poco contrastada.

Después de la conversación con el cámara, Lou comienza a interesarse mucho por el periodismo sensacionalista, hasta el punto que llega a robar una bicicleta para comprar una cámara y un receptor de radio para captar las señales de la policía y llegar antes que nadie al lugar de los hechos. Así es como comienza a adentrarse en esta nueva vida como reportero.

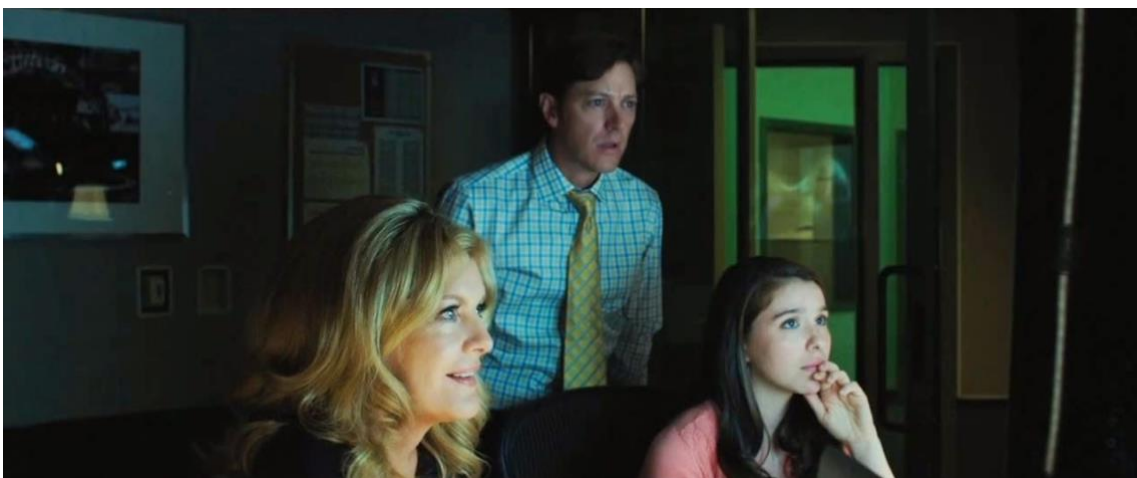
SEGUNDA SECUENCIA

Tema: LA LUCHA POR LA AUDIENCIA

Descripción:

El segundo fragmento que vamos a analizar es una verdadera lucha por la audiencia. Se desarrolla en el momento en el que Lou se dirige a la televisión para ofrecer su primera grabación. Allí es donde conoce a la directora de la cadena de televisión Nina (Rene Russo).

Bloom le comenta que tiene unas imágenes muy buenas sobre un asesinato. Le muestra unos primeros planos de un hombre ensangrentado que ha sido herido mortalmente con un arma de fuego. Sin duda imágenes violentas y duras.



Fuente: Pinterest

Tras verlas, Nina avisa al Redactor jefe del informativo para que las vea y mantienen la siguiente conversación:

Nina: Será la entradilla. Quiero el sonido para integrarlo en la locución. Quiero un reportero, un avance a las 17:00 y que la copia empiece con una advertencia.

Frank: ¿Vas a emitir esto?

Nina: Con una advertencia.

Frank: Es muy fuerte.

Nina: Deberíamos tener paquetes así todos los días.

Frank: La gente está desayunando.

Nina: Y hablarán de ello en el trabajo.

Sentidos expresados:

Narración -diálogo y personajes- y puesta en escena muestran como Nina refleja la avaricia del periodismo, que antepone el beneficio propio a respetar la franja horaria de protección.

Narración: personajes y acciones

A lo largo del largometraje vamos a descubrir que el personaje de Lou Bloom, es un hombre sin escrúpulos, pero lo cierto es que Nina no se queda atrás.

Tanto es así, que su objetivo es lograr que el espectador quede impactado al ver esas imágenes y que hablen de ellas en el trabajo, lo que hará incrementar lógicamente la popularidad de la cadena.

El sentido común nos diría que el informativo matinal de una cadena de televisión, jamás puede comenzar con unas imágenes de ese estilo, pero la falta de ética periodista de Nina, hace que ignore la opinión del Redactor jefe (obstáculo) y emita dichas imágenes incluso incluyendo el audio, lo que inyecta aún más dramatismo en la noticia.

Recordemos que este informativo se emite en una franja horaria en la que perfectamente puede haber niños desayunando, preparándose para ir a la escuela, pero a Nina no le importa eso, su función es romper con la ética del periodismo y con los códigos deontológicos para lograr ser líder de audiencia.

La puesta en escena

La sala llena de ordenadores, propia de un control de realización, los personajes abducidos por la luz de la pantalla, iluminación escasa como se prolongará a lo largo de prácticamente toda la película y un plano americano desde la sala de edición, en donde Nina y el Redactor jefe están en un primer término, discutiendo sobre si emitir o no las imágenes, dejando a Lou en un segundo término, jugando un papel secundario en esta situación.

Está claro que la secuencia crea tensión en el espectador gracias al sonido de las teclas de los ordenadores, siendo marcadas velozmente por los redactores, que aparece de fondo y a las palabras de la editora diciendo el poco tiempo que queda para entrar en directo, haciendo así partícipe al espectador que está ansioso por saber si dichas imágenes se emitirán o no.

Ética del periodismo:

También hemos de destacar el significado periodístico y fundamental en el proceso comunicativo que tiene esta escena, y la audiencia, aquella que recibe la información. Estos receptores se diferencian por muchas características: a unos les interesa más el deporte, otros la política, otros la música, pero sin duda alguna todos tienen en común un impulso natural: La curiosidad, que va ligado al morbo.

Lógicamente, los medios de comunicación conocen este impulso común, y por ello aprovechan siempre esa ansiedad para emitir noticias que nos mantengan enganchados a la pantalla. Esto último, apoya fielmente la teoría de la Agenda Setting.

Por otro lado, el poder de la televisión, siempre será muy superior al del resto de medios. El poder visualizar imágenes en movimiento, despierta mucho más interés en el receptor que el ver una imagen en el periódico o escuchar el audio de un tiroteo en la radio. Actualmente es internet quien puede competir frente a este medio.

TERCERA SECUENCIA

La secuencia con la que finalizamos nuestro análisis es la del último asesinato que Lou graba con su cámara. Este suceso conduce el relato hacia el desenlace del largometraje.

Tema: REBASANDO LOS LÍMITES LEGALES

Descripción:

En esta secuencia dramática, se produce un asesinato en el barrio rico de Granada Hills. En esta ocasión, ya con más experiencia, un equipo más profesional, vehículo más rápido y hasta un ayudante de cámara, llega al lugar de los hechos en el mismo momento en el que se están produciendo, antes incluso que la policía.

Lou decide entrar en la mansión y, tras escuchar una serie de disparos, decide entrar en la casa para aprovechar y grabar planos inéditos antes de que llegue la policía. Asimismo, Lou graba un primer plano de cada una de las víctimas cubiertas de sangre.



Fuente: elperfilmenoshumano.com

A continuación, se dirige a la cadena de televisión para vender las imágenes. Cuando Nina las visualiza, inmediatamente llama a Linda, que se encarga de las cuestiones legales y jurídicas de la cadena, para preguntarle si podrían emitirse:

Nina: El allanamiento de Granada Hills, ha llegado antes que la policía. Quedan diez minutos para entrar. ¿Qué podemos emitir de esto?

Linda: ¿Legalmente?

Nina: Moralmente, pues claro.

Linda: ¿Han sido identificados?

Frank: Acaba de pasar, así que tenemos que asumir que no y eso es un problema.

Linda: No podemos emitir esto sin notificarlo a sus familiares.

Nina: No estamos identificándolos.

Linda: Lo haces al enseñar sus caras.

Nina: Pues les pixelamos las caras. (...) Por el amor de Dios, ¿violamos la ley si emitimos esto?

Linda: Cubridles los rostros, no deis la dirección exacta. Haced eso, supongo... no sé, será mejor que no.

Frank: ¿Y periodística y éticamente?

Nina: Esto no es Hartford.

Frank: Quebranta todas las normas de radiodifusión.

Nina: ¿Has visto los índices de la noche? Nos arriesgaremos

Sentidos Expresados:

La narración -diálogos, personajes y sus acciones- y la puesta en escena reflejan una gran crítica social y una violación del derecho al honor y la intimidad.

Narración: personajes y acciones

Esta secuencia dramática es una de las más interesantes y relevantes de la película. Como dijimos anteriormente, a partir de esta, se desarrolla el desenlace final.

Relacionándolo con nuestro tema de investigación, esta escena es clave: presenciamos un conflicto entre el derecho a la información de la audiencia y el derecho a la intimidad de las víctimas. Nina queda asombrada al ver las impactantes imágenes, y sabe que podría ser la noticia que situara a su cadena de televisión en los índices de audiencia más altos.

En la escena, Nina llama a Linda para que dé el visto bueno a publicar las imágenes. Tiene un objetivo muy claro, porque sabe que esa noticia puede decidir el futuro de su cadena.

Tanto Linda como el Redactor jefe no están muy seguros de que dichas imágenes se puedan publicar por cuestión de principios éticos y morales, pero por supuesto legales. De hecho, en el diálogo encontramos palabras como: ``legalmente'', ``moralmente'', ``periodísticamente'' o ``éticamente'', pero a Nina parece solo importarle la primera.

Finalmente, Nina ignora las advertencias de Linda y Frank, quien le dice que está quebrantando todas las normas de radiodifusión, y se decide por pixelar las caras y no dar la dirección exacta para poder emitir.

Previo a la emisión y para crear aún más morbo e interés en el espectador, Nina ordena decir a los presentadores: ``las imágenes que vamos a ver son extremadamente duras``; hace que lo repitan varias veces, mientras que ordena a la encargada de rótulos titular la noticia ``La casa del terror``.

La puesta en escena

En esta secuencia es destacable el empleo dramático de la planificación: desde el punto de vista de Lou, que con su cámara nos muestra la escena del crimen: Primeros planos de las armas que han acabado con las vidas de las víctimas, barridos, planos detalle de los cuerpos y caras de las víctimas ensangrentadas y, por último, el plano de una cuna, que hace pensar al espectador en la posible muerte del recién nacido. Lou se acerca despacio a esta, creando una tensión en el espectador, que espera que esa cuna esté vacía.

Más tarde en la redacción volvemos al escenario con el que se abrió el primer encuentro con Nina (La segunda secuencia dramática analizada), donde la puesta en escena se repite: el plano en donde vemos a todos los actores que protagonizan la escena y Lou nuevamente quedando en un segundo término, con una iluminación nuevamente escasa, como a lo largo de casi todo el largometraje, para crear mayor dramatismo.

En cuanto al uso dramático del sonido, en esta ocasión merece destacar los momentos en el que la escena carece de este mientras se visualizan las imágenes del asesinato, estrategia que crea un ambiente de incertidumbre con la intención de captar el interés del espectador.

Ética del periodismo:

Todos los medios de comunicación, al no existir una ley que declare que puede emitirse o no, tienen unos mecanismos de autorregulación. Cada medio tiene su propia línea de autorregulación, con el fin de hacer un uso responsable de la información.

Esta secuencia nos muestra una clara crítica social, ya que los hechos han ocurrido en el barrio rico de Granada Hills. Si la acción se hubiese desarrollado con el mismo desenlace, pero en un barrio marginal, no hubiese tenido el mismo impacto televisivo.

Por otra parte, muestra cómo el periodista puede llegar en ocasiones a límites incomprensibles únicamente para obtener beneficio propio, ya sea generando más audiencia, haciéndose respetar en su trabajo, etc.

Deja en entredicho que el sensacionalismo busca el beneficio económico a toda costa, sin importar que se violen los principios éticos y morales de la profesión.

3.2 Resultados

Los resultados obtenidos tras analizar *Nightcrawler* (Dan Gilroy, 2014), nos permite señalar que efectúa una crítica a lo que se está convirtiendo el periodismo en la actualidad. Muestra cómo la profesión ha olvidado su norma número uno de todo periodista: informar a la ciudadanía siendo objetivo y con veracidad.

Narración:

Nightcrawler (Dan Gilroy, 2014) narra cómo una noticia tan horrible como es el asesinato, se convierte en la noticia más vista del día. Muestra desde dentro el proceso de elaboración de la misma.

Este proceso se repite continuamente a lo largo de la película. La puesta en escena: Nos muestra como Lou graba las imágenes y las vende a la cadena, siendo estas cada vez más impactantes. Esto contribuye a crear la idea de sensacionalismo que la película quiere mostrar.

Tema:

La película aborda a la perfección el tema que hemos tratado a lo largo de la investigación: cómo a ciertos medios de comunicación no les preocupa lo más mínimo la ética ni la moralidad, sino que lo único que les preocupa es el dinero.

Personajes:

Hay dos personajes protagonistas en la película: Lou y Nina. Ambos acaban siendo igual de ambiciosos y poco éticos. El personaje interpretado por Jake Gyllenhaal, va evolucionando a lo largo de la película, transformándose por completo, hasta el punto de hacer creer en el espectador que se ha vuelto completamente loco, como se ve en la escena en la que rompe el espejo de su baño.



Fuente: Culture

Lou es un claro ejemplo de ambición y avaricia. Sus deseos por llegar a ser una persona reconocida en el mundo del periodismo son tales, que pierde los papeles y viola por completo cualquier código ético o moral establecido.

Lo que pretende el director Dan Gilroy, es hacer ver que en el periodismo como en la vida en general, el más mínimo salto a la fama puede hacer que sigas queriendo más y más, cueste lo que cueste.

Por su parte, Nina es la dueña de una cadena de televisión. Es una periodista con experiencia que mira por sus intereses, sin importarle en absoluto violar los principales derechos humanos como por ejemplo el de la intimidad. Su única ambición es la lucha por la audiencia, cueste lo que cueste.

Un periodista debe cumplir a rajatabla con el Código Deontológico impuesto por la Federación de Asociaciones de Periodistas de España, ser totalmente imparcial y velar por la búsqueda de la verdad. Lou rompe con todo esto. Su ambición es tal que sacrifica la vida de su cámara para poder grabar su muerte y venderla a la televisión (así concluye la película). Pero lo interesante es que sale victorioso de todo esto puesto que logra crear su propio equipo de grabación de noticias.

A lo largo de la película existe un momento especialmente significativo que ilustra lo que estamos diciendo: Lou muestra una grabación a Nina; tras verla, lo primero que le pregunta es cuánto dinero quiere por ella. No le interesan las víctimas implicadas, su familia, etc. Lo único que importa es que las imágenes sean lo más brutales e impactantes posibles, pues así se conseguirá mayor audiencia, ya que el morbo atrapa al espectador.

El cine sin duda alguna tiene el poder de manipular y crear ideas en la mente del espectador. Como dijimos, el régimen Nacionalista, ya utilizó el séptimo arte para controlar a las masas.

Dan Gilroy utiliza en esta película una iluminación escasa, ya que la mayor parte del largometraje transcurre durante la noche (concretamente el 90% de la película), creando así un ambiente más dramático, que sumerge al espectador en una continua sensación de que algo va a suceder.

PUESTA EN ESCENA

Planificación y escenarios:

En primer lugar, debemos decir que el director Dan Gilroy planifica el film de manera sublime y todo ello, lo plasma en su interpretación Jake Gyllenhaal, ya que es la figura más destacable del largometraje gracias a su papel de personaje odioso y enfermizo. Una especie de ``psicópata`` de las noticias que no tiene límites.

Esto se completa con los escenarios que aparecen en la película: Barrios marginales, carreteras oscuras, imágenes explícitas de accidentes o asesinatos y el gran juego de planos que ofrece el director y el director.

- **Iluminación:**

En este apartado debemos resaltar la figura del director de fotografía Robert Elswit, ya que utiliza el uso dominante de la iluminación artificial, mostrando el encanto nocturno que ofrece la ciudad de Los Ángeles.

Esta escasa iluminación y el rodaje en exteriores para mantener credibilidad, favorecen a que la película sea perturbadora a la vez que apasionante, lo que hace que el espectador no aparte la vista de la pantalla durante toda la película.

- **El uso dramático del sonido:**

El director juega con los silencios y los sonidos, generando una tensión en el espectador, siempre expectante de los acontecimientos.

La película cuenta con la banda sonora de James Newton Howard. Hans Zimmer, amigo suyo, lo calificó como uno de los compositores más brillantes y elegantes. Es un artista melódico y romántico, aunque puede sorprendernos con obras llenas de suspense como es el caso, que hace de *Nightcrawler* una película aún más especial.



Fuente: Reels Of Cinema

En los siguientes apartados, vamos a relacionar lo que hemos visto reflejado en el análisis de la película, con la actualidad.

3.2.1 Crítica social

Pero *Nightcrawler* (Dan Gilroy, 2014) también es una crítica social, ya que los primeros asesinatos acontecidos en los barrios más humildes del sur de Los Ángeles no tienen la misma repercusión que los del barrio rico de Granada Hills. De hecho, Nina cree que esa noticia es la que puede catapultar su carrera.

Si nuevamente hacemos referencia a la actualidad, a todos nos impacta mucho más la muerte repentina de un famoso que la de un joven somalí como consecuencia de la guerra que vive su país.

En este caso asociamos varias cuestiones: por una parte, la cercanía y empatía hacia una persona. Si somos muy seguidores de esa persona tan popular, lógicamente nos va a impactar más. Un claro ejemplo de esto fue la muerte repentina de la leyenda del baloncesto Kobe Bryant y su hija de 7 años Gianna en un accidente de helicóptero. Todos los medios anunciaron su muerte y cubrieron la noticia, pero muy pocos dijeron que en ese helicóptero también viajaban otras siete personas, y casi ninguno, por no decir

ninguno, menciono los nombres de estas otras víctimas mortales. Si en esa noticia no hubiesen estado implicados el cinco veces campeón de la NBA y su hija, la noticia no hubiese tenido esa cobertura y alcance.

3.2.2 Ser los primeros: ventaja, pero con posibles consecuencias

Por supuesto, ser los primeros en mostrarlo es la forma de que al día siguiente vuelvan a sintonizar tu canal para ver si han atrapado al asesino o este ha vuelto a actuar de nuevo, dándote más audiencia.

Un ejemplo de esto último mencionado lo hemos visto a lo largo de estos últimos dos o tres meses con la trágica noticia de las dos niñas de Tenerife Anna y Olivia. Una vez que los medios de comunicación anunciaron la desaparición de las pequeñas, todos los ojos del país se pusieron en estas dos niñas menores. Al igual que en la película, los principales medios iniciaban sus informativos para contar la última hora. El espectador crea una necesidad en su interior de saber cómo se encontrarán que le hace estar pegado a la pantalla. Mencionamos la pantalla porque, como hemos visto a lo largo del trabajo, es el medio que más ventajas tiene a la hora de cubrir noticias morbosas, ya que se ayuda de las imágenes.

Volviendo a lo de ser los primeros en contarlo, esa inmediatez que buscan los medios, tiene también su punto negativo como hemos visto.

Actualmente, los medios buscan ser los primeros para ser los referentes en información acerca de esa noticia, pero esto es peligroso, sobre todo en esta época de internet y máxima conectividad.

Como hemos visto a lo largo de este Trabajo Fin de Grado, esa inmediatez, produce en muchas ocasiones pérdida de calidad en la información, datos inexactos y, en el peor de los casos, datos falsos y totalmente erróneos, lo que nos conduce a las mencionadas *fake news* a las que todos tenemos acceso, pero no todos sabemos detectar.

4 CONCLUSIONES

El cine, como señalamos al iniciar esta investigación, es un medio de comunicación indispensable hoy en día. Nos evade por completo, durante al menos una hora y media, de los problemas que podemos arrastrar en nuestra vida. Cuando nos sentamos frente a la pantalla para disfrutar de un largometraje, desconectamos de todo para sumergirnos en la trama que el director nos plantea. Por ello el cine, también tiene la capacidad de manipular. No es raro visualizar una película y que acabemos empatizando con el villano de la misma, todo ello bajo voluntad del director, por supuesto. A lo largo de la historia, como hemos visto, se ha utilizado el cine como medio manipulativo para influenciar a las masas.

Con la investigación realizada, se han cumplido los objetivos marcados:

- Mostrar el poder que tiene la crónica roja para captar la atención del receptor e influir en sus emociones, mediante el análisis de la película *Nightcrawler*. (Dan Gilroy 2014), ya que es el ejemplo que mejor plantea esta idea.

La película muestra como través de un simple titular llamativo acompañado de una imagen en internet, por ejemplo, los medios consiguen captar la atención de la inmensa mayoría que tienen la necesidad de saber qué ha ocurrido.

Nightcrawler (Dan Gilroy, 2014) ejemplifica, a través de los recursos narrativos y escenográficos que le proporciona el lenguaje cinematográfico, la frase: “si hay sangre hay noticia”. Al igual que sucede en la película, en la vida real cuanto más impactante es un suceso, mayor repercusión generará.

La obra nos muestra en primera persona cómo trabaja un reportero de estas características y cómo se prepara un informativo de televisión. La película hace que empaticemos con los personajes, que nos caigan mejor o peor. Nos causa expectación, miedo, un cúmulo de sentimientos en general que pueden incluso cambiar nuestra manera de pensar.

En el caso de la película analizada, nos muestra de primera mano cómo funciona un programa de informativos televisivos. Nos enseña todo aquello que no vemos, todo lo oscuro de crear un noticiero. *Nightcrawler* (Dan Gilroy, 2014) muestra cómo en el mundo del periodismo existen también los intereses personales. El periodista llega a violar el Código Deontológico y cualquier principio ético para obtener un mayor beneficio. Trata

de captar con su cámara los hechos más violentos que acontecen en la ciudad de Los Ángeles. Cuanto más violentos mejor. Es inevitable comparar la película con la realidad en la que vivimos donde, no siendo tan descarado, los medios de comunicación abren sus informativos con este tipo de noticias para captar la atención del espectador.

Por otra parte, esta película muestra de manera brillante lo que supone el espectáculo informativo y el rigor y la ética periodística unificando periodismo y cine: Si bien es cierto que la película lo exagera a niveles ficticios, en la vida real también se han visto casos de esa falta de rigor y ética periodística.

Un periodista debe buscar la manera de poder transmitir noticias que hablen de muertes o catástrofes compatibilizando el derecho al honor y a la información, con el derecho al honor y a la intimidad. Queda aún un largo recorrido por completar, donde debemos cortar de raíz la inclinación al espectáculo y a lo lascivo. Los intereses económicos, no pueden jamás interponerse en el procedimiento de la ética.

5 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ardèvol-Abreu, A. (2015): Framing o teoría del encuadre en comunicación. Orígenes, desarrollo y panorama actual en España. *Revista Latina de Comunicación Social*, 70, pp. 423 a 450. <http://www.revistalatinacs.org/070/paper/1053/23es.html>
- Aumont, J; Marie, M (1990) *Análisis del film*. Barcelona, Ed. Paidós.
- Barthes, R. (1970). El efecto de realidad. Lo verosímil, 95-101. <http://proyectos.iepresbiterobmg.edu.co/gallery/Barthes,%20Roland%20-%20El%20efecto%20de%20realidad.pdf>
- Bazaco A, M Redondo, P Sánchez-García (2019): “El clickbait como estrategia del periodismo viral: concepto y metodología”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 74, pp. 94 a 115. <http://www.revistalatinacs.org/074paper/1323/06es.html>
- Carmona, R. (1991) *Cómo se comenta un texto fílmico*, Madrid, Cátedra.
- Cervera, J. (2018). Contra la verdad, las noticias falsas no existen. Cuadernos de periodistas,35. https://www.cuadernosdeperiodistas.com/media/2018/01/Pepe_Cervera.pdf
- Fernández Villanueva, F.; Revilla Castro, JC; González Fernández, R; Lozano Maneiro, B. (2013): Violencia en la televisión. ¿Desagradable, interesante, o morbosa?, en *Revista Latina de Comunicación Social*. http://www.revistalatinacs.org/068/paper/991_Somosaguas/25_Villanueva.html
- Fyeld, S. (1995) *El manual del guionista*. Madrid: Plot Ediciones.
- García Peñalver, M. Á. (2015). Hábitos de consumo de información de actualidad en los jóvenes. ¿Cómo interpretan la realidad y participan en los medios de comunicación? Estudio de casos: jóvenes de 18 a 20 años. http://e-spacio.uned.es/fez/eserv/bibliuned:masterComEdred_Magarcia/Garcia_Penalver_Maria_Angeles_TFM.pdf
- Garrido Lora, M. (2002). La fascinación por la violencia televisiva. *Comunicación: Revista Internacional de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Estudios Culturales*, 1 (1), 131-147. https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/11720/file_1.pdf?sequence=1
- Girves, B. (2018). *El cine como instrumento de propaganda y manipulación de masas en el nazismo: análisis de las películas El Triunfo de la Voluntad y El Judío Süss* (Bachelor's thesis, Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales). <https://rehip.unr.edu.ar/bitstream/handle/2133/12157/TESINA%20GIRVES-%20El%20cine%20como%20instrumento%20de%20propaganda%20y%20manipulaci%3b%20de%20masas%20en%20el%20nazismo..pdf?sequence=3&isAllowed=y>

- Miguel Borrás, M. (2008). La poética del cine. En *Siete miradas, una misma luz. Teoría y análisis cinematográfico*. Miguel Borrás, M.; Bermejo, J.; Canga, M. (Coord.). Valladolid: Servicio Publicaciones UVA.
- Morales Romo, B. (2017). *El cine como medio de comunicación social. Luces y sombras desde la perspectiva de género*. <https://revistas.usal.es/index.php/2172-9077/article/view/fjc2017152742/17795>
- Nogueira, V. L. 4. Morbo y medios de comunicación ¿información o espectáculo? *LOS CUERPOS EXPUESTOS*, 51. https://www.researchgate.net/profile/Juan-Manuel-Cozzi/publication/351376778_La_historia_detras_de_las_imagenes_Cozzi_Juan_Manuel/links/60954d6092851c490fc34833/La-historia-detras-de-las-imagenes-Cozzi-Juan-Manuel.pdf#page=51
- Pasolini, P. (1969). La lengua escrita de la acción. En: *Ideología y lenguaje cinematográfico* (Alberto Corazón, Editor). Madrid: Comunicación 1.
- Parga, J. S. (1997). *De la crónica roja al morbo mediático*. Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación, (60) <https://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/1145/1174>
- Reig, R., y Mancinas-Chávez, R. (2010). Atracción por la muerte en el mensaje periodístico. En J.A. Meyer Rodríguez (Ed.), *Espacios públicos y agendas mediáticas en Iberoamérica* (pp. 102-122). Red Académica Iberoamericana de Comunicación) https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/74285/Pages%20from%20espacios_publicos_unlocked-2.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Rodríguez Luis, I. (2016). Cobertura Informativa de crisis, catástrofes y emergencias sociosanitarias <https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/3821/Cobertura+Informativa+de+crisis,+catastrofes+y+emergencias+sociosanitarias+.pdf?sequence=1>
- Saad, A. S. (2011). *El sensacionalismo o la "insurrección" de las masas. Razón y palabra*, (78). <https://www.redalyc.org/pdf/1995/199524192026.pdf>
- San Miguel, B. G., Fidalgo, M. R., & Santos, M. D. C. G. (2010). El tratamiento de las noticias televisivas a debate: de la información a la dramatización. *Revista Latina de comunicación social*, (65), 126-145. <https://www.redalyc.org/pdf/819/81915723010.pdf>
- Tarín, F. J. G., & Felici, J. M. *Una propuesta metodológica para el análisis del texto fílmico*. In *Actas del III Congreso de la Asociación Cultural Trama y Fondo, Trama y Fondo*.
- Vilamitjana i Pujol, J. (2002). El periodista ante la catástrofe (p.21) http://www.cuadernosdecrisis.com/docs/2002/cdc_001.pdf <https://www.sensacine.com/actores/actor-40118/>
- VV.AA. *Diccionario Real Academia Española* <https://www.rae.es/>

- Crítica de *Nightcrawler* (s.f) <https://cinemagavia.es/nightcrawler-pelicula-critica/>
- Sinopsis de *Nightcrawler* (2014) <https://www.filmaffinity.com/es/film779937.html>
- Consumo diario de los medios de comunicación en España (s.f.) <https://es.statista.com/estadisticas/491058/consumo-diario-de-medios-de-comunicacion-en-espana-por-tipo/>

VIDEOGRAFÍA

- Nightcrawler* (Dan Gilroy, 2014): Amazon Prime Video