

# La televisión como máximo exponente de la transmisión de valores en la sociedad

Un caso aplicado  
al programa Cuarto Milenio

## Television as the greatest exponent of value transmission in Society

Case applied to the  
programme *Cuarto Milenio*

**Oliver Carrero Márquez**

Doctor en CC. de la Información por la UCM  
Profesor en ESIC y en Centro Universitario  
Villanueva oliver.carrero@esic.edu

Carrero Márquez, O., (2016)

La televisión como máximo exponente de la transmisión  
de valores en la sociedad. Un caso aplicado al programa  
Cuarto Milenio

Revista Internacional de Investigación en Comunicación  
*aDResearch ESIC*. Nº 14 Vol 14

Segundo semestre, Julio-Diciembre 2016 · Págs. 54 a 81

**DOI: 14.7263/ADRESIC.014.003**

## RESUMEN

**Clasificación JEL:****M37, Z12****Palabras clave:**

Comunicación,  
 Persuasión,  
 Televisión,  
 Valores,  
 Responsabilidad  
 Social

El objeto de la investigación se centra en el análisis de los valores que se construyen, a través de la estructura narrativa y puesta en escena del programa *Cuarto Milenio*. Con esta investigación se pretende iniciar una línea de trabajo que, desde la Universidad, permita establecer unas pautas generales que establezcan las directrices de lo que debe ser la comunicación responsable de un segmento informativo cada vez más demandado y que es de capital importancia, al participar de parte de las tensiones del inconsciente colectivo del individuo, a lo largo de la historia de la humanidad. El motivo por el que hemos escogido *Cuarto Milenio* tiene que ver con su longevidad en antena, donde acaba de cumplir 11 temporadas, y con su posible impacto en una Sociedad que ha perdido los referentes tradicionales Iglesia, Escuela y Familia como ejes axiológicos configuradores de creencias trascendentes y de conducta, en torno a los cuales se configura la personalidad del individuo.

En cuanto a la metodología, tras analizar las líneas discursivas de las diez primeras temporadas, ya concluidas, de *Cuarto Milenio*, se ha llevado a cabo una compilación de veinte programas, que se corresponden con las dos primeras emisiones de cada temporada. Una vez definido el corpus, se han establecido los parámetros en los que descomponer el texto. Se ha aplicado un esquema de lectura a cada programa, por bloques temáticos, centrado en aspectos narrativos y representativos. Todo ello, con la finalidad de realizar un análisis descriptivo cualitativo de sus líneas discursivas, que permita discernir los valores que se transmiten en *Cuarto Milenio*. Asimismo, debido al amplio espectro axiológico que se podría barajar, éste se ha acotado a la clasificación que la LOGSE consideraba imprescindible para una formación plena del individuo.

De la aplicación del esquema de lectura, se extrae que, por su forma de tratar la información, así como por su puesta en escena, el espacio dirigido por Iker Jiménez participa de valores de la personalización, la socialización y trascendentes.

## ABSTRACT

The aim of this research focuses on the analysis of the values built through the narrative structure and *mise en scène* of the programme *Cuarto Milenio*. This research aims to launch a line of work which, from the University, allows for establishing general patterns that set out guidelines of what should be responsible communication for an increasingly demanded information segment and that is of paramount importance, by participating in some of the stresses of the collective unconscious of the individual, throughout the history of mankind. The reason why we chose *Cuarto Milenio* is because of its long life on the air; (they just reached the 11th season) with its possible impact on a society that has lost traditional references such as the Church, the School and the Family as axiological axes of important beliefs and behaviour, on which the individual's personality is based.

Regarding the methodology, after analysing the discursive lines of the first ten seasons of *Cuarto Milenio*, a compilation of twenty programmes has been produced. These programmes correspond with the first two broadcastings of each season. Once the corpus has been defined, the criteria to split up the text have been established. A reading diagram has been applied to each programme, according to the topics, focused on narrative and representative aspects. All that with the purpose of carrying out a descriptive qualitative analysis of their lines of discourse, so the values transmitted in *Cuarto Milenio* can be distinguished. Furthermore, due to the wide axiological spectrum to be considered, this has been delimited to the classification that the LOGSE (Spanish General Education Law) considered essential for the complete formation of the individual.

From the application of the reading diagram, we deduce that the space directed by Iker Jimenez takes part of the values of personalisation, socialisation and transcendence due to the way information is treated and its *mise en scène*.

**JEL Classification:****M37, Z12****Key words:**

Communication,  
 Persuasion,  
 Television,  
 Values,  
 Social Responsibility

## 1. Introducción

La sociedad actual, en constante cambio, atraviesa por una etapa en la que la religión, como salvaguarda de una serie de valores, entre los que se encuentran los de carácter trascendente, ha entrado en crisis. La Iglesia se ha convertido en una institución con la que la ciudadanía cada vez se siente menos identificada. Además, en España, un país que, tradicionalmente, siempre ha tenido profundas convicciones religiosas, la evolución ha sido decreciente. Por ejemplo, Eduardo Bericat<sup>1</sup>, (Bericat, E. 2005) asegura que, según datos del CIS, en 2005, el 72,9 por ciento de la población creía en Dios y el 70 por ciento se planteaba con relativa frecuencia el significado y objeto de la vida. Tan sólo, tres años después, la revista *Época* publicaba en julio de 2008, un estudio encargado a Metroscopia en el que la población que creía en la existencia de Dios descendía a un 57 por ciento. No hay que olvidar que la religión y la figura de Dios han desempeñado y desempeñan una labor muy importante en la transmisión de valores como la bondad, la generosidad, la honestidad, la solidaridad y, sobre todo, la superación de la muerte. Será esta última, una de las grandes preocupaciones del individuo, quien buscará satisfacer su necesidad de encontrar una respuesta a su angustia existencial por otras vías. Y los Medios de Comunicación, con su amplia oferta de contenidos, será el camino, fácil y más corto, escogido por la población para desempeñar esta labor. La sociedad actual es un sistema, donde prevalecen los imaginarios sociales que proponen los escenarios mediáticos. Como aseguran J.L Pintos y F. Galindo (Pintos & Galindo, 2002, p. 115 y ss.) los

*Mass Media* desempeñan el rol cualitativo de la credibilidad, lo que les convierte en esquemas generadores de confianza. (En Benavides, 2005, pág 19.)

Por tanto, el entorno mediático se encargará de construir una serie de redes conceptuales, que son compartidas con un sujeto que se siente identificado con ese escenario comunicacional propuesto y que es capaz de interpretar. Gracias a su cultura o competencia audiovisual, el televidente interioriza como propios los valores o modelos que interpretarán la realidad. Con esto no queremos decir que los Medios tengan un poder total y absoluto sobre la audiencia, pero sí que se encargan de sopesar las necesidades de ésta en los escenarios de comunicación y adaptarse, con el fin, de ofrecer una construcción social de la realidad que le satisfaga. De ahí, que no se trate de un escenario mediático inmutable y absoluto. Todo está sujeto a cambio. En la actualidad, la tendencia es a la proliferación de programas de televisión y radio que tratan todos aquellos temas que escapan a la ciencia, al positivismo empírico y buscan una explicación plausible a fenómenos que preocupan a la población tales como la vida más allá de la muerte física. Es decir, el análisis deberá seguir la relación entre los modelos de construcción social que se derivan de los Medios y su relación, traducida en la transmisión de valores, con la cognición social, desde un punto de vista social y cultural<sup>2</sup>. Consideramos que la construcción social de la realidad, propuesta por los Medios, tiene en cuenta el sentimiento de pertenencia del individuo a un grupo por proximidad a sus imágenes del Mundo. Se

1 Exponía el 3 de agosto de 2005, durante su ponencia «Cambio de valores en las sociedades industriales: convergencias y divergencias», que tuvo lugar en los Cursos de Verano de El Escorial.

2 A este respecto existe también una postura mentalista, que consideramos no válida para nuestro análisis al considerar el proceso cognitivo como un automatismo individual. (Condor & Antaki, 1997, p. 453-485).

trata de un sentimiento que los medios se encargan de facilitar traduciendo la realidad en valores. (BENAVIDES, 2005, p. 29.)

Con el fin de analizar la construcción social de la realidad ofrecida a los grupos sociales vinculados a los escenarios paranormales, hemos escogido el programa Cuarto Milenio, espacio de contenido esotérico, con la intención de establecer los valores que del mismo se desprenden.

## 2. La Televisión: crecimiento, tecnología e impacto

La Televisión tiene una gran responsabilidad como definidora de la Sociedad. Nos encontramos ante una sociedad del conocimiento mediada, en la que los avances tecnológicos han potenciado, aún más si cabe, su papel cuantitativo y cualitativo. La Televisión Digital Terrestre (TDT), la Televisión por IP, así como los nuevos modos de Televisión p2p, gracias a la constante mejora de los anchos de banda, hacen posible que la casi totalidad de la población tenga acceso a Radio, Prensa y Televisión on line<sup>3</sup>. Este avance en la cobertura, no le ha restado a los Medios, peso cualitativo. Y es que Prensa, Radio, y, sobre todo, Televisión e Internet no sólo llegan a la gente, sino que son factores relevantes a la hora de provocar cambios en sus actitudes y comportamientos. Como afirma Dennis McQuail (McQuail, 1999, p. 100 y ss.): «la información transmitida a través de los Medios de Comunicación de Masas reviste una importancia considerable —y todavía en aumento— en las sociedades modernas (...).»

<sup>3</sup> Para una mayor información al respecto recomendamos la lectura del artículo: El uso de los jóvenes de las comunicaciones P2P para el consumo de Televisión a través de Internet, en la revista «Comunicación y Pluralismo». 2009: Universidad Pontificia de Salamanca. Nº 17.

Wolton destaca la capacidad de la Televisión para satisfacer las carencias sociales, religiosas y de pertenencia de la sociedad actual. De este modo, asumirá competencias que antaño desempeñaban otras instituciones como la Iglesia, el Estado o la Familia.

Los lazos primarios ligados a la familia, al pueblo, al oficio, han desaparecido y los lazos sociales ligados a la solidaridad de clase y de pertenencia religiosa y social se han debilitado. El resultado de todo es que ya no queda mucho entre la masa y el individuo, entre el número y las personas. El interés de la Televisión se sitúa entre el nivel de la experiencia individual y el de la escala colectiva. (EN LACALLE, 2001, p. 21; WOLTON, 1997, p. 96).

Y este papel adquirido por la Televisión se hace posible gracias al hiperrealismo de la ficción televisiva. En este panorama audiovisual, el espectador identifica su mundo perceptivo, con el de la pequeña pantalla. Circunstancia que ha provocado que se vea en estas cualidades televisivas un filón comercial. Esto ha traído consigo una mayor sincronización de los formatos y los contenidos televisivos, con el ritmo de la vida cotidiana. Esta capacidad de los Medios en general y la Televisión en particular de intervenir en la realidad y de modificarla es lo que también se confirma en *Análisis de la Televisión*, donde se clasifican las siguientes funciones sociales de los Medios. (CASSETI Y DICHIO, 1999, p. 308 y ss.)

a) Construir historias. Con la intención de satisfacer la necesidad de evasión del ser humano, la Televisión se encarga de proponer historias que colmen sus fantasías. El televidente busca contenidos cercanos que tengan que ver con su entorno más habitual, en su búsqueda personal por cubrir su necesidad de bienestar.

- b) Barda de la Televisión. En consonancia con el fin perseguido en el apartado anterior, estas historias buscarán situaciones de la vida social, valores y símbolos compartidos por los miembros de un grupo social.
- c) Elaborar ritos. Según Dayan y Katz, en sus estudios «sobre los acontecimientos mediáticos», la Televisión afecta a los ritmos de la vida cotidiana. Los momentos centrales del día giran alrededor de los grandes eventos televisivos.
- d) Crear modelos. Función de gran relevancia social y responsabilidad para el Medio, ya que la Televisión se convierte en un generador de modelos a seguir. Proporciona un patrón de lo que es normal, donde se señalan las desviaciones y se hacen comparaciones en función de una versión pública de los hechos. Y todo esto gracias a la fiabilidad que el usuario otorga al medio televisivo y que ha sido aprovechado por las grandes marcas para contar entre sus trabajadores con figuras mediáticas como Matías Prats, Susana Griso, Cristina Villanueva o Eduard Punset, entre otros.

La sociedad derivada de este estatus mediático obliga al investigador a conocer esa nueva realidad implícita en los nuevos contextos culturales y que expresan las conductas cotidianas. Por eso, para abordar con garantías esta forma de ver la realidad han de tenerse en cuenta los siguientes aspectos:

- a) La tecnología como acelerador de todo cambio social. Los acontecimientos son retransmitidos en tiempo real por los Medios de Comunicación de Masas. Esta inmediatez impide en ocasiones acercarse al máximo a la verdad.

- b) Los trabajos generados en las redacciones no son de hoy para mañana, sino de ahora para luego. Los programas se caen de las parrillas de programación si no cumplen unas expectativas mínimas de audiencia. En ocasiones, se obvia la influencia de los Mass Media tratando los contenidos como un producto que busca liderar los índices de audiencia a cualquier precio. Así lo explica desde su experiencia personal Bob Woodward<sup>4</sup>:

«Los diarios escritos tienen cada vez menos tiempo para trabajar, están más apretados de reloj. Cuando Carl Bernstein y yo trabajamos en lo de Watergate, podíamos hacer el borrador de una historia. Entonces, los editores nos hacían preguntas inteligentes y podíamos tardar dos o tres semanas en rematar la historia. Ahora, aparecería alguien y diría: ¿no podríamos poner esto en nuestra página web este mediodía? Todo es más rápido, más apresurado. Y la velocidad no es siempre la fórmula para alcanzar la verdad. A menudo, es un obstáculo. LA VELOCIDAD NOS IMPIDE A VECES ALCANZAR LA VERDAD».

Este trabajo parte de la consideración de que los Medios de Comunicación y más concretamente, los programas de contenido esotérico o paranormal, juegan un papel silencioso, aunque importante en la transmisión de nuevos valores en una sociedad necesitada de nuevos referentes. La Televisión lanza una propuesta para que la audiencia la interprete. El significado, por lo tanto, nace del enfrentamiento entre lo que el Medio transmite y su destinatario asimila de dichos contenidos. Se trata de una confrontación que desemboca en una negociación, donde el

---

<sup>4</sup> Premio Pulitzer 1973, en una entrevista publicada en El País el 25.5.2001.

destinatario tiene en cuenta, por un lado, la posición que le asigna el Medio al dirigirse al él, y por otro, la posición que le asigna el contexto social. Es en esta dicotomía en la que se basan las teorías de Stuart Hall (HALL, 1980, p. 120 y ss.).

### 3. Consumo televisivo en base a usos y gratificaciones

Continuando en la línea de Hall, podemos deducir, por tanto, que a la hora de procesar el mensaje, existen diversas posturas acerca de cómo se interpreta el mensaje. Tanto Eco como Hall creen en la polisemia interpretativa de los textos. Para el autor italiano, a pesar de existir varias opciones, siempre se da una opción más plausible o legítima y varias legitimables que terminan siendo desechadas por su poca aportación al uso/gratificación que se pueda obtener de ellas. Por su parte, Hall establece un ramillete de posibles lecturas:

- a) Lectura preferida. El lector interpreta el texto tal y como el autor quiere que se haga estando de acuerdo con el punto de vista expuesto.
- b) Lectura negociada. Se da en aquellos que no pertenecen a la misma clase sociocultural de quien ha producido el mensaje, cuyas intenciones comunicativas reconocen, pero no comparten.
- c) Lectura de oposición. Se refiere a quienes se identifican con un segmento social opuesto al del emisor, cuyas intenciones comunicativas no reconocen, creando significados alternativos, más o menos distorsionados.

Por tanto, el modelo toma la aportación de «usos y gratificaciones» con la idea de un espectador activo, que elabora su propio sentido a

partir de los símbolos y de los signos que transmiten los Medios. Asimismo, Jensen hablará de supertemas o de grandes ámbitos contextuales en los que se circunscribe la capacidad interpretativa del lector. Los supertemas median entre las noticias y la vida cotidiana de los espectadores. Así, como ejemplos, cabrían destacar como supertemas: la crisis económica, el paro, las reformas educativas, la privatización de la sanidad, la pérdida de confianza en las instituciones, etc. (Lacalle, 2001, p. 32-33).

El hecho de que el destinatario sea activo provoca en los Medios una planificación estratégica de captación de audiencias. Se estudia la manera del percibir del receptor. Así, Jensen en su *News as Social Resource: a qualitative empirical study of the reception of Danish Television News*<sup>5</sup>, elabora la noción de supertema. Define los supertemas como «procedimientos interpretativos que utilizan los espectadores para reconstruir los significados de la información televisiva». Servirán para ordenar las informaciones en ámbitos de conocimiento preexistentes. En lo que nos ocupa en este trabajo, el supertema sería el misterio, entendido como procedimiento interpretativo usado por los televidentes para reconstruir sus significados sobre la angustia existencial y demás patrones de conducta. Sonia Livingstone (En CASSETI Y DI CHIO, 1999, p. 302) parte de la hipótesis de que el receptor interpreta el mensaje procesándolo dentro de sus esquemas mentales. El sentido del mensaje dependerá de la sinergia entre el modo de contar la realidad del Medio y las experiencias anteriores del receptor, el género, su estrato social y cultural, así como sus convicciones morales, políticas o ideológicas. Por lo tanto, la tecnología de la información

<sup>5</sup> Ponencia realizada durante la III Jornada Europea de Comunicación p. 275 a 301.

y los Medios de Comunicación han adquirido tal relevancia social que llegan a definirla.

La Televisión se considera unánimemente como un gran productor de mitos sociales destinados a hacer que el sujeto encuentre sentido a su propia identidad, pero en términos freudianos podríamos definir el medio como el mayor mito contemporáneo, puesto que contiene los valores fundamentales de la sociedad que el individuo registra en su memoria y utiliza como guía en otras situaciones semejantes. (May, 1991: 63 en LACALLE, CHARO, 2001, p. 39).

Estamos de acuerdo también con Livingston al considerar que el individuo busca en el consumo televisivo una forma de satisfacer sus preocupaciones básicas, así como sus ansiedades más profundas. Y todo desde una estructura muy marcada centrada en tres pilares:

- a) Se abordan cuestiones sociales que provocan al público: desempleo, avances tecnológicos, temas trascendentes.
- b) Se requiere la participación del espectador bien como invitado que quiere contar su testimonio, bien con presencia en las redes sociales.
- c) Todo se vertebra sobre la credibilidad de la figura del conductor. Éste se suele presentar sólo ante las cámaras y suele hacer siempre una declaración de intenciones al inicio y al final de cada programa. Suele establecer lazos empáticos con la audiencia, siempre desde el respeto y siempre dando la impresión de que todo lo que allí ocurra se hará siempre desde el prisma de la buena voluntad.

Así, de lo dicho con anterioridad, se pueden extraer las siguientes conclusiones, que nos permiten establecer un punto de partida hacia la lí-

nea investigadora que explicitaremos más adelante:

- a) Los Mass Media, en particular la Televisión, son transmisores de valores, introducen en la sociedad nuevas formas de ser y modos de entender y estar en la realidad. Así, la sociedad del conocimiento introduce en su público nuevos hábitos y nuevas formas de interpretación cultural.
- b) Estos valores se deben estructurar en torno a un discurso que corre el peligro de verse sometido a la dependencia económica y política de la industria televisiva. La pequeña pantalla vive una coyuntura marcada por la competencia. Los avances tecnológicos han hecho que la oferta se haya multiplicado exponencialmente.
- c) Ante este panorama mediático, la Televisión tiene la obligación de acomodar su discurso y por tanto, su transmisión cultural y de valores, a unos límites que debe regular su responsabilidad social. Situación que se hace más necesaria, sobre todo, si se trata de temas relacionados con lo trascendente, lo misterioso y lo esotérico. De la misma manera, la ruptura con las éticas deístas por parte de las corrientes modernistas han supuesto un replanteamiento ético existencial. El hombre actual ha visto truncado el nexo de unión que establecía en el deber ser, un garante transcendental. No hay que olvidar que autores como Popper (POPPER, 1984, p. 33) afirman que los valores afectan directamente a la sociedad al intervenir en sus procesos de producción y construcción social.
- d) En el hombre siempre ha existido una gran preocupación por buscar la forma de per-

durar. Desde sus orígenes, la Sociedad ha tratado de justificar su presencia terrenal en una nueva vida más allá de las fronteras de lo corpóreo. Lo oculto, lo esotérico, todo aquello que escapa al devenir de lo común, siempre ha captado la atención de los individuos. En la actualidad, la sociedad vive una crisis de identidad en este aspecto. El racionalismo ha adormecido una necesidad latente en el usuario de saber, de dar una explicación a lo que hasta el momento no se puede conocer más que desde la fe.

- e) La nueva situación audiovisual conlleva nuevos efectos cognitivos. El conocimiento se hace inevitablemente mediado, vertical. Desde los centros de poder y los emisores sociales a la población, por medio de estrategias comunicativas.

Ya se ha comentado que los cambios sociales están siendo constantes y que el modelo ético, social y religioso comúnmente aceptado en décadas anteriores ha entrado en crisis. Pues bien, la forma que tiene la Sociedad de combatir estos cambios es la reestructuración. Un cambio de estructura que, según Laplantine (MALDONADO, 1975, p. 200 y ss.), puede producirse por tres vías.

- a) Por la predicación de un mensaje mesiánico y aglutinador del grupo en torno a una figura que aporte nuevas opciones.
- b) La respuesta a la frustración mediante conductas extáticas, anárquicas.
- c) La proyección fantástica, donde el hombre pueda tener de nuevo esperanzas. Se trata de la construcción de la utopía.

Y los Medios de Comunicación, en nuestro caso, la Televisión, van a aportar el soporte necesario para que el ciudadano encuentre esa válvula

de escape. El individuo busca satisfacer unas necesidades, cuya gratificación podrá encontrar en gran parte en los Medios. (MORAGAS, 1979, p. 127-171) En este caso, el programa Cuarto Milenio aporta, con Íker Jiménez como conductor del programa, esa figura, cuya credibilidad está muy por encima de sus detractores. Una credibilidad cimentada en el soporte de un medio Televisión, cuyos efectos van más allá de lo cuantitativo y adoptan roles cualitativos como la fiabilidad y el impacto.

#### 4. Definición y posturas en torno al término «valor»

La palabra «valores» está sujeta a varias interpretaciones según la disciplina que la use. En esta investigación se ha perseguido reflexionar sobre los valores desde el punto de vista ético. Es por eso, que el primer paso consistirá en un análisis sobre las generalidades de los valores. La axiología o teoría de los valores es un término de reciente creación, que comenzó a ser utilizada en el siglo XX por Paul Lapie en su *Logique de la volanté* y por E. von Hartmann, quien llevó a cabo un compendio sobre axiología. (Abbangano, 1999, p. 120) No obstante, aún cuando el tema de los valores es considerado relativamente reciente dentro de la Filosofía, estos siempre han estado presentes para el hombre que piensa, educa, comercia, gobierna, vive, etc. Siempre se han definido valores propios del hombre y de cada cultura, como buenos y dignos de ser cultivados por todos o de forma universal, a través de las ciencias y de la moral. La pedagogía de los valores es hoy una exigencia, debido a que la educación impone el conocimiento de los valores como meta y guía de acción. De ahí la necesidad de conocer el significado y alcance de este concepto.



¿Qué son los valores o qué es, o qué se puede llamar valor o no? Partiendo de la etimología de la palabra, «valor» procede del griego que significa «digno» o «valioso». Según esto, Axiología sería la «Ciencia de lo valioso o los valores». La axiología, del griego axia-valor y logos-estudios, es una corriente de pensamiento filosófico que se desarrolla, sobre todo, en el siglo XX con autores como Scheler, Nietzsche, Windelband, Rickert y Weber, entre otros. En su libro *Pedagogía Axiológica*, el Catedrático de Pedagogía, José María Quintana Cabanas, lo define así:

«Valor es una palabra relativamente reciente que se afianzó, sobre todo, en el campo de la Economía, desde el cual, por analogía, ha pasado a otros léxicos y, finalmente, al filosófico. Hay que reconocer que es una palabra muy significativa y expresiva, sobre todo por encarnar aspectos que resultan relevantes y atractivos para las personas. En griego hay el verbo axieîn, que significa «estimar digno o justo»; el sustantivo axía puede traducirse por «valor», y de aquí se ha formado Axiología, o tratado de los valores» (QUINTANA CABANAS, 1998, p. 121).

Existe una estrecha relación entre el concepto de valor y lo que es correcto, digno, noble y honorable, perfecto, bello, bueno, etc. En este sentido, se puede afirmar que el valor es una propiedad de una persona, cosa o acción. Dado que los valores están relacionados con el acto y la conducta de los seres humanos, es obvia la relación que hay entre el valor y la ética como ciencia de los actos humanos. El valor será el encargado de dar una connotación moral y personalista a la acción humana. Abbangano considera que valor es un término para definir la dignidad de una persona. (ABBANGANO 1999, p. 1173). Desde el punto de vista filosófico, hay tres posiciones para explicar la existencia de los valores que es

reconocida por todos como un hecho individual y social: las posiciones subjetivista, objetivista e intermedia.

La posición subjetivista defiende que los valores no existen en sí mismos, ya que los considera invenciones de las personas. «Subjetivo» procede de latín: «sub» es debajo «jektivum» es lo que yace. Es la visión personal, interior o propia del sujeto, basada en la experiencia vital del mismo. De este modo, la verdad sólo se encontraría en lo personal, en lo vivido y conocido por cada sujeto. Los valores no son realidades objetivas ni universales, válidas o iguales para todo el mundo; sino que son realidades personales, creadas por cada sujeto, que aparecen y desaparecen en la historia de las sociedades. En esta corriente se basa el relativismo o el positivismo moral que Gustavo Bueno aborda en su obra: *El sentido de la vida*.

«Con frecuencia, el positivismo moral tomará la forma de un relativismo moral. La moral cambiará según las condiciones empíricas que la determinan. El pragmatismo también equivale muchas veces (según el alcance que se le atribuya) a una negación de todo fundamento transcendental de la moral» (BUENO, 1996, p. 39).

En resumen, el pensamiento filosófico subjetivista sostiene que la realidad es múltiple y diversa en sus seres y que el hombre concede diverso valor a cada cosa, según sus intereses y necesidades. Por eso, se dice que el valor es un concepto variable y cambiante.

La posición objetivista cree que «los valores existen en sí mismos, y los hombres sólo los descubrimos, debido a la atracción y participación que recibimos del valor intrínseco de cada cosa». «Objetivo» procede del latín. «Ob» que significa frente a y «jektivum», lo que yace o pertenece al objeto. Por lo tanto, el hombre no

es «creador» de los valores, sino que es sólo «descubridor» y «comunicador» de los mismos. Los valores serán inmutables e independientes. Los representantes de la posición objetivista, encabezada por Scheler, llegan a la conclusión de que los valores pueden ser concebidos como universales. Todos los hombres pueden percibirlos de la misma manera. Además, son abstractos. No pertenecen al mundo de lo tangible. Max Scheler, junto a Hartman, afirma que los valores son entidades ideales, objetivas y absolutas, distintas de las cosas valiosas y de los sujetos que las prefieren. En sus estudios sobre los valores, *El formalismo en la ética y La ética material de los valores*, precisa y diferencia el bien y el valor. Lo explica de esta manera: por ejemplo, una máquina es un bien, y el valor es su utilidad. Una pintura es un bien causado por el valor de la belleza, de la misma manera que una ley es un bien gracias al valor de la justicia. De esta forma, los bienes son hechos, mientras que los valores son esencias. Scheler piensa que el hombre vive rodeado de valores, y que estos, en tanto esencias, no pueden ser objeto de análisis teórico, sino de intuición sentimental o emocional. Mediante la intuición sentimental el hombre es capaz de captar tanto los valores como la jerarquía existente entre ellos, que son a su vez, encarnados por una persona o modelo. (RODRÍGUEZ DUPLÁ, 1996, p.139).

José Ortega y Gasset coincide con Scheler en cuanto al carácter objetivo de los valores. Pero se distancia de él, cuando Scheler afirma que los valores pueden ser percibidos. Ortega y Gasset, al contrario, piensa que los valores son «cualidades de tipo irreal», por tanto no pueden percibirse como lo había afirmado Scheler. Se perciben los objetos, pero no los valores. Así, por ejemplo, en un cuadro se perciben, los colores,

el lienzo, la forma, etc., porque son elementos reales. En cambio no se puede percibir armonía, la belleza, la gracia, etc. porque son elementos irreales, son valores. Los valores sólo se pueden estimar. (Armando Martínez Gómez, 2010) Para Ortega y Gasset, «Las creencias constituyen la base de la vida del individuo, el terreno sobre lo que acontece.» Porque ellas ponen delante del hombre lo que para éste es la realidad misma. Toda la conducta, incluso la intelectual, depende de cuál sea el sistema de sus creencias auténticas. En ellas «vivimos, nos movemos y somos». Por lo mismo, no se suele tener conciencia expresa de ellas, no se piensan, sino que actúan latentes, como implicaciones de cuanto se expresa, se hace o se piensa. Cuando se cree de verdad en una cosa, no se tiene la «idea» de esa cosa, sino que simplemente «contamos con ella». (ORTEGA Y GASSET, 1995, p. 24-25).

La postura intermedia considerará que el valor es una cualidad propia y objetiva del ser, de cada ser, concreto o abstracto (material, intelectual, espiritual) que ejerce una atracción hacia el ser humano, quien capta parcialmente el valor de cada cosa de acuerdo a sus cualidades y condiciones particulares. De esta forma, el valor objetivo es siempre complementado por una estimación y expresión subjetiva o valoración, que contiene siempre una parte objetiva y otra subjetiva de la verdad. Se aboga por reconocer la parte de verdad subjetiva que tiene cada uno, aportando una solución que respete la parte objetiva y beneficie a todos los sujetos. Jacques Maritain y Julián Marías Aguilera son dos de sus representantes.

Como referencia para nuestro análisis de contenido, hemos tomado *El Curso Completo sobre valores humanos* de J.M. Méndez por su combinación de las aportaciones de Scheler y Hartmann. Consideramos que su tabla de valores

establece una delimitación ideal para poder contextualizar un sistema de valores, así como su posterior adaptación para clasificar la transmisión de los mismos que se produce en el programa Cuarto Milenio. No obstante, eso no nos lleva a establecer las ideas de Scheler, Hartmann o Méndez como las únicas válidas. Simplemente, han sido elegidas por su idoneidad para un análisis ordenado, dejando para otras posibles investigaciones el análisis de los valores desde otras perspectivas.

Méndez establece una doble vía de conocimiento del valor complementaria. Se trata de la intuición sensible, conocimiento físico o científico, y de una intuición óptica, fundamentada en el conocimiento metafísico. La suma de ambas intuiciones genera una sinergia que se denominará intuición axiológica. (MÉNDEZ, 2006, p. 62) Partiendo de dicha intuición, Méndez defiende una axiología apriorística, tal y como lo harían con anterioridad Kant, Scheler o Hartmann. No hay que esperar a ejecutar una acción para saber si es buena o mala. Por lo que desecha el conocimiento de los valores a posteriori de las corrientes subjetivistas. (MÉNDEZ, 2006, p. 64). Establece que los valores deben ser fines objetivos para la persona humana. Su conocimiento, gracias a la intuición axiológica, es a priori, y marcan una especie de hoja de ruta a cumplir para alcanzar la plenitud, su realización.

Méndez identifica la intuición axiológica con la conciencia moral. Ésta será la encargada de discernir entre lo que está bien y lo que está mal.

La conciencia es la voz interior que, en primer lugar, nos habla de doble manera. Aprueba y desaprueba. Cuando aprueban nuestras acciones, solemos decir que tengo la conciencia tranquila, tengo la satisfacción del deber cumplido, de nada me

acusa la conciencia. Cuando la conciencia desaprueba nuestra conducta, el testimonio interior que suele ser más vehemente y penetrante, y hablamos entonces de arrepentimiento, o incluso de remordimientos de conciencia. (MÉNDEZ, 2006, p. 72).

Este «ojo axiológico» no sólo se dirige a las propias acciones del sujeto moral, sino también hacia la de los demás. Pero dicha conciencia moral se puede ver contaminada por la arbitrariedad de los propios intereses, las pasiones y los sentimientos, ya que esto puede llevar a confundir los deseos con la realidad. Pero para Méndez, ésta es una situación probable, pero que no excluye la posibilidad de alcanzar verdades objetivas (MÉNDEZ, 2006, p. 76).

## 5. Esquema de lectura, como metodología para la investigación aplicada

En un cuerpo suficientemente amplio como el de Cuarto Milenio, donde ya se han emitido varios cientos de programas, las líneas argumentales seguidas para producir los mensajes resultan repetitivas y redundantes. El discurso, en cuanto a producción social, gira en torno a estereotipos, lo que provoca que éste se cierre en sí mismo, su clausura. Siguiendo a A.J. Greimas (GREIMAS, A.J. 1973, p. 220 y ss.), hemos considerado, el total de los programas disponibles, con el fin de extraer un modelo teórico de las líneas discursivas abordadas en el programa. Posteriormente, hemos verificado por saturación los principios de redundancia y clausura ya mencionados. Establecemos que serán los dos primeros programas de las diez primeras temporadas al considerar que es en su primer mes de emisión, septiembre a octubre, el período de tiempo en el que se puede llevar a cabo un análisis más representativo. Esto es así, ya que, a medida que la emisión del programa se

acerca a fechas navideñas, los especiales, fuera del día habitual de emisión de Cuarto Milenio y franja horaria, también tienden a romper la estructura habitual de este espacio televisivo, en sus líneas discursivas y puesta en escena.

Hemos realizado un análisis de cada programa por bloques temáticos atendiendo a las estructuras, propuestas por Francesco Casetti y Federico Di Chio (CASSETTI & DI CHIO, 1999, p. 264 y ss) y que abarcan aspectos narrativos y representativos. Todo ello, con la finalidad de realizar un análisis descriptivo cualitativo de las líneas discursivas del programa, que permita discernir los valores que se transmiten en Cuarto Milenio. Para ello, hemos elaborado un esquema de lectura en base a la propuesta de dichos autores en lo referente a la estructura y puesta en escena. Para el análisis cualitativo de los posibles valores transmitidos hemos realizado una selección de la propuesta axiológica que la LOGSE considera imprescindible para una

formación plena del individuo, recogidos por Juan Agustín Morón Sevilla (MORÓN MARCHENA, 1997, p. 43-49).

Así, podemos distinguir una ficha de análisis con tres partes:

- a) La primera parte contiene y ejecuta las instrucciones para descomponer el texto. El programa Cuarto Milenio se va a diseccionar en base a criterios de contenido. A cada bloque temático abordado por Íker Jiménez en su «Nave del Misterio» se le aplicarán los puntos de la tabla 1. de análisis de lectura. Aunque los criterios de fondo serán el centro del análisis, no se podrá obviar una segmentación, también por bloques temáticos, de todo lo que tiene que ver con criterios formales, ya que constituyen un valor añadido que reforzará y configurará todo el contenido. Así, no podrán pasar inadvertidos elementos como los cambios de luces, los recursos sonoros o los tipos de planos utilizados.

**Tabla 1 · Puntos a examinar para determinar las características narrativas del programa**

Textos verbales
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Peso del texto verbal (absoluto, preponderante, medio, escaso, inexistente).</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estilo (o estilos) de lenguaje utilizado (lenguaje sectorial, dialéctico, español correcto, incorrecto, otras lenguas).</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contenidos del discurso; referencias a sujetos e individuos (presentes en escena, receptores de la transmisión, cadena, grupo de emisiones, otras emisiones, otros presentadores, individuos e instituciones del mundo institucional, social, político, etc.), referencias a procesos y situaciones temporales (tiempo de la parrilla, social, histórico); referencias a estructuras y colocaciones espaciales (espacios de transmisión, televisivos, sociales, históricamente situados).</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tratamiento del discurso (irónico, paródico, serio, dramático).</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Valoraciones explícitas/implícitas (juicios verbales pronunciados de/sobre los sujetos identificados precedentemente).</li> </ul>
Historia
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presencia de una o varias historias, caracterizadas por una situación de orden inicial, la sucesiva instauración de un progresivo desorden (enriquecido con complicaciones o pruebas) y la solución (nuevo orden final).</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estructura temporal de cada historia (orden, duración, frecuencia) y posibles interacciones de los acontecimientos.</li> </ul>

(Continúa en página siguiente)

Historia
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Si hubiera un único filón narrativo, véase la relación entre los diferentes segmentos y entre éstos y la macrohistoria.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Si hubiera varios filones narrativos, explicar las interacciones recíprocas (subordinación, coordinación, paralelismo, independencia...).</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Puesta en escena.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Evidencia y características de la intervención del autor ideal (encuadres, movimientos de cámara y montaje, voz de la dirección, exhibición de las cámaras y del personal técnico, música, efectos sonoros, títulos, luces, colores, presencia y uso del lugar...).</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Control de los espacios «bisagra». Manifestación del autor ideal en las caretas inicial y final, en las pausas entre el programa y la publicidad y viceversa.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Relación entre las diferentes figuras o huellas del autor ideal (dirección/conductores, textos verbales/ambientación).</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estructura espacial de la transmisión. (ambientación y modalidades de representar el contexto, modelos de espacio subyacentes, como el teatro, el salón, la plaza, el aula, el mercado...)</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

b) La segunda parte se corresponderá con el momento de analizar los datos obtenidos y cotejarlos. Por ejemplo, veremos que la figura de Íker Jiménez, como director y conductor del programa, sobresale por encima del resto. Sin embargo, a esta conclusión

sólo podremos llegar si analizamos características de los actores presentes durante la retransmisión (Ver Tabla 2.), tales como su peso específico en la finalidad de la acción, sus rasgos psicológicos, tiempo de intervención, etc.

**Tabla 2 · Items para determinar el rol de cada uno de los actores en el programa**

Sujetos e interacciones
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Densidad de los sujetos en el tiempo y en el espacio.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estilo del comportamiento de los sujetos (en base a su ropa, su mímica, su proxémica, su dislocación espacial, etc.): formal/informal, autoritario/confidencial, variado/repetitivo...</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Función de los sujetos en el desarrollo del programa y sus respectivos roles narrativos.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

c) Por último, la tercera parte de este esquema de lectura, dependerá del segundo paso. Ya que de éste se deben sacar unas conclusiones sesgadas por lo limitado de la muestra. A posteriori, cuando dichas conclusiones parciales, se puedan poner en común con las del resto de programas so-

metidos a análisis, estaremos en condiciones de argumentar el fin de este trabajo. Es decir, evaluar hacia dónde está dirigida la transmisión de valores, así como su fiabilidad en el programa Cuarto Milenio. En este tercer estadio focalizamos la atención sobre la siguiente tabla de valores:

**Tabla 3. Clasificación de valores a los que hemos sometido el esquema de lectura**

<b>Valores de la personalización (afectivo-caracterológicos):</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• La identidad personal. Ser uno mismo, no alienado.</li> <li>• La realización personal. Ser más y mejor: desarrollo de las propias potencialidades.</li> <li>• La motivación personal. Los valores (axiología) que dan sentido al vivir, trabajar, luchar, compartir.</li> <li>• La autonomía personal. Superación de dependencias. Libertad.</li> <li>• La capacidad de superación de dificultades y la tolerancia a la frustración.</li> <li>• El valor de lucha y el esfuerzo.</li> <li>• La seguridad y confianza en sí mismo. Toma de decisiones.</li> <li>• El autoconcepto positivo. Satisfacción consigo mismo.</li> <li>• La aceptación de la realidad, de uno mismo y de los demás.</li> <li>• La pasión por el trabajo bien hecho. La seriedad.</li> <li>• El sentido existencial. La búsqueda de la trascendencia: más allá y más adentro.</li> </ul>
<b>Valores de la socialización</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• El respeto a la vida, a los demás bienes, ideas y creencias.</li> <li>• La comunicación positiva. Diálogo, apertura.</li> <li>• La amistad, el amor y la fraternidad.</li> </ul>
<b>Valores éticos</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• El Bien. La rectitud, la honestidad, honradez. La buena voluntad.</li> <li>• La Verdad. Autenticidad, coherencia y sinceridad.</li> <li>• La Justicia. El bien común. Los derechos de los demás.</li> <li>• La Igualdad. Respeto a las justas aspiraciones de los otros.</li> </ul>
<b>Valores trascendentes</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Creencias (religiosas, políticas, ideológicas, etc).</li> <li>• Esperanzas trascendentes</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

Por lo tanto, el esquema de análisis tendrá un componente descriptivo y otro interpretativo. En primer lugar, en su fase «objetiva» se tratará de inventariar los elementos más relevantes del texto. Y en segundo lugar, en la fase «subjética» tendrá como fin explicar el sentido de cada uno de dichos elementos. Subjetivo y objetivo han sido entrecomillados, ya que en el momento en que debemos resaltar unos elementos sobre

otros a la hora de desarrollar nuestra labor descriptiva, ya estaremos cayendo en rasgos de subjetividad. Por lo tanto, siempre dentro de los límites de la personalidad y cultura del investigador, se hará un análisis descriptivo-cualitativo de los diferentes programas. En conclusión, se llevará a cabo un esquema de lectura de Cuarto Milenio con la intención de identificar sus tendencias en cuanto a la transmisión de valores.

Y para ello, se afrontará el análisis desde una doble perspectiva descriptivo-interpretativa que prestará especial atención a los discursos realizados, a la puesta en escena, así como a las estrategias comunicativas llevadas a cabo.

## 6. Resultados de la investigación

Del análisis aplicado que se desprende de las tres tablas anteriormente expuestas, se extraen los siguientes resultados en los que textos verbales, historia y sujetos e interacciones se refiere.

### a) Textos verbales

Su peso suele ser medio o preponderante. Cada presentación cuenta siempre con una gran carga audiovisual, en forma de dramatización, que es la encargada de desarrollar y reforzar la presentación previa hecha por Íker Jiménez. En cuanto al tratamiento del discurso, el programa, a pesar de tener un estilo cercano y amigable, siempre parte de la seriedad y el dramatismo. Son habituales titulares lapidarios o expresiones con connotaciones muy emotivas. Desde dicha seriedad con fuertes componentes emocionales, Cuarto Milenio tiende a valoraciones implícitas por negación. Es decir, no se afirma directamente la explicación paranormal, aunque esta siempre sale reforzada por la exhaustiva demostración de que la vía empírica es incapaz de dar una explicación a lo investigado.

**Íker Jiménez 00:32:23. (La noche del miedo, 8 septiembre 2013, enaltece el atrevimiento de José Manuel Trejo, al dar testimonio de un supuesto avistamiento OVNI)**

Otros soldados que estaban contigo en aquella noche fueron atropellados en pasos de cebra, cayeron por terraplenes... y al final eso, hombre, inquieta. ¿Y dónde están todos los

expedientes? ¿Dónde están esas cintas de grabaciones? ¿Dónde están los dibujos de los soldados? ¿Dónde está su historia? Bueno, eso no lo sabremos nunca, pero en algún lugar está, porque a alguien le interesa. Lo que hemos hecho es no permanecer en silencio. No dejar que las sombras avancen (...) Eso también se transmite. Y yo le agradezco a José Manuel Trejo, protagonista de la Noche del Miedo con otros soldados que un día, hace mucho tiempo, considerara que yo era digno de recibir este testimonio para ahora lanzarlo a muchas más personas. José Manuel Trejo. Un placer amigo.

Las dramatizaciones se intercalan con citas de prensa, o piezas televisivas de la época. Recursos que, no sólo permiten contextualizar y generar un punto de partida para la información, sino que también otorgan al tema a tratar cierta relevancia. Es decir, Cuarto Milenio recupera sucesos que ya tuvieron un peso específico en los medios de la época y que, por tanto, poseen la notoriedad suficiente como para ser vueltos a tratar. Por último, Radio y Televisión permiten también recoger testimonios con un mayor impacto sobre el telespectador. Así, en Radio, llama la atención la recuperación para Cuarto Milenio de retransmisiones radiofónicas tales como la captura de Dámaso Rodríguez «El Brujo», segundo programa de la sexta temporada, o la entrevista al Padre Sobrino, segundo programa de la cuarta temporada, quien narra sus experiencias como exorcista. En la Televisión también cumplen esa labor emotiva y contextualizadora cuando se rescatan declaraciones de la abuela del Niño de Somosierra, o cuando se recupera del archivo una entrevista de los años 90 a Jordi Magraner,

segundo programa de la séptima temporada, quien fue degollado en las montañas de Pakistán mientras desarrollaba su labor como zoólogo en busca del Barmanú, una especie de Yeti de la zona.

**b) Historia**

En cuanto a la estructura narrativa, cada tema a desarrollar se basa en tres actos. En la primera, el director del programa ejerce como introductor de la materia a tratar. El desarrollo o nudo corre a cargo de un reportaje, marcado por una gran carga simbólica y emocional. Se mezclan imágenes reales que recogen totales de testigos, con dramatizaciones en las que se emulan los hechos paranormales que pudieron ocurrir. Suele ser un espacio en el que se aprovecha para

despertar en el inconsciente colectivo todos los estereotipos relacionados con el misterio. Aparecen actores caracterizados como almas en pena (Figura 1.), endemoniados (Figura 2.), zombis, extraterrestres, brujos, etc. El desenlace se produce en la mesa de debate (Figura 3.) donde colaboradores e invitados aportan sus puntos de vista al respecto. Por norma general, en temas de índole paranormal todas las opiniones suelen confluír hacia su confirmación. En el caso de que se trate de un asunto de mayor calado social como el SIDA o la superpoblación, los puntos de vista son enfrentados y el director del programa se mantiene al margen, aunque siempre más cercano a las posturas menos conspiranoicas.



Figura 1 - El 14 de septiembre 2008 estas son las imágenes que acompañan al tema «El exorcista: La conexión española».



Figura 2 - El 21 de septiembre 2008 se dramatiza con figuras espectrales y personas convulsionadas el caso de «El monasterio encantado».





Figura 3 · El 20 de septiembre 2010 bajo el título «Conspiración Carrero» se trata el atentado desde un punto de vista estrictamente histórico.



Figura 4 · Secuencia apertura programa 14.



Figura 5 · Ejemplo de una mesa de debate en Cuarto Milenio sobre el tema «Los ángeles de la muerte», el 26 de septiembre.

La puesta en escena se desarrolla en ambientes de iluminación lúgubres y con movimientos de cámara, que fluctúan entre el plano secuencia, plano general y el plano americano (Figura 4.) El programa suele abrir con un plano secuencia en el que se presenta a Íker Jiménez en plató, como protagonista de todos los espacios bisagra del programa. Se trata de un espacio acondicionado semanalmente en función de los contenidos a tratar. Así, se han creado ambientes tan diferentes como un museo, una pinacoteca del misterio o una morgue. En este ambiente, el director del programa avanza los temas a tratar mientras la cámara sigue cada uno de sus movimientos. El plano es muy abierto para recoger la acción y mostrar los amplios y diversos espacios en que se divide la Nave del Misterio. Es habitual que Íker Jiménez arranque cada programa en lugares distintos del plató, siendo uno de sus preferidos la biblioteca de la primera planta (Figura 4.) Del plano secuencia, que se usa a modo de herramienta de contextualización, la realización suele continuar con un plano medio del conductor del programa, para volver a uno general que permita ver el plató como una ventana a nuevas realidades, en un ámbito confortable pensado para el estudio y la conversación. Al igual que el plano medio, el plano americano es

muy usado para dirigirse al espectador o para recoger opiniones, ya sean de Íker Jiménez, de sus colaboradores o de sus invitados. (Figura 5.)

La realización huye de estridencias narrativas, desde el punto de vista audiovisual, y los tiros de cámara son graduales. Algunos encuadres se realizan siempre para mostrar aquellos elementos u objetos que más pueden sobrecoger a la audiencia. Se muestran urnas que contienen reptiles e insectos, esculturas con representaciones demoniacas, momias, recreaciones de pinturas renacentistas en las que aparecen ovnis, etc. Además, el estado que se genera con las imágenes se refuerza con la ambientación sonora y luminosa. Son habituales las ráfagas sonoras, sonidos animales o bien tonos musicales que ayudan a dar mayor dramatismo a la escena. En cuanto a la luz, predominan las luces blandas y el contraluz. Dos técnicas que permiten generar una sensación intimista, a la vez que de incertidumbre y misterio. La penumbra, las sombras son el resultado de este tipo de iluminación en la que predominan los tonos neutros, con ligeros matices púrpura y azulados que se vinculan con lo misterioso, lo religioso y lo trascendente. (Figura 6.)

La puesta en escena también transmite seriedad y trabajo de investigación. Esto lo



Figura 6 · Vídeo casero, emitido el 15 de septiembre de 2013 para dar mayor dramatismo al caso del «Los Warren».



Figura 7 · El programa emite imágenes de la televisión colombiana. 14 septiembre 2008.

podemos apreciar en una serie de constantes que aparecen durante el desarrollo de cada bloque temático. En primer lugar, nos encontramos con la labor de documentación. Íker Jiménez entra en escena leyendo un libro de alguna personalidad de la materia a tratar, o bien se presenta un relato de reciente creación para justificar la presencia de un experto en el programa. Otra variante

es que el director del programa llame la atención sobre una publicación que motivara su interés en determinados aspectos del misterio y supusiera el punto de partida de una rigurosa investigación posterior. Lo mismo ocurre con la Televisión, la Prensa y la Radio. En cuanto a la pequeña pantalla, el programa recoge informaciones de otras cadenas, sobre todo latinoamericanas, que sa-



Figura 8 · De izquierda a derecha y de arriba abajo: Cuarto Milenio documenta el caso del niño de Somosierra, 20 noviembre de 2005; Miedo en el cuartel, 17 septiembre de 2006; El edén maldito, 27 septiembre de 2009 o la extraña muerte de John Lennon, 26 de septiembre de 2010



Figura 9 · Presenta el tema virus letales, 27 septiembre de 2009

can a la luz sucesos acordes a la línea editorial de Cuarto Milenio. Por ejemplo, aparecen escenas de la Televisión colombiana que recogen lo que denominan lluvias de sangre. (Figura 7.) Se recurre a las principales cabeceras no sólo españolas, sino internacionales. Aparecen recortes de ABC, El País, El Caso, La revista Times y New York Times, así como la prensa local, entre otros. (Figura 8.)

Dentro de dicha necesidad de mostrar trabajo investigador, se extralimitan en los detalles con que se narran algunos hechos. Por ejemplo, se recrean figuras en látex de un gran realismo y que, aunque cumplen una labor formativa, podrían herir aquellas personalidades más sensibles. (Figura 9.) En el primer programa de la quinta temporada, bajo el título, *Virus letales*, se presentan en pantalla una serie de bustos con las secuelas de estas

enfermedades en sus estados terminales. A esto hay que añadir que en muchas ocasiones ese afán por justificar el arduo trabajo de investigación se queda en mera apariencia. No va más allá de la tramoya del escenario, ya que la proporcionalidad de aquello que se exhibe, en comparación con aquello que se justifica no es equivalente. Un claro ejemplo lo constituyen algunas escenas tremendamente sensacionalistas que se justifican más por su capacidad para atrapar al espectador, ante la espectacularidad de las imágenes que por su propio valor explicativo. Así, se llevan a cabo algunas licencias gratuitas que transgreden la realidad de los hechos. Por ejemplo, se le cose la boca a una difunta de látex, cuando en el hecho real jamás fue así. No consideramos de recibo que un espacio que quiere hacer gala de rigor y veracidad deba tomarse este tipo de licencias sensacionalistas que no hacen más que aportar tensión dramática a la historia. A esto hay que añadir sonidos diagéticos gratuitos tales como gemidos y demás efectos sonoros que no aportan más que cierto desasosiego al espectador. Otro claro ejemplo, gratuito a nuestro parecer, es el desarrollo del caso de los niños difuntos que eran fotografiados como si estuvieran vivos. El impacto visual de las imágenes nada aporta al rigor del tema. Se cae en un burdo sensacionalismo y una espectacularidad macabra a la hora de relatar estos hechos.

### **c) Función de los sujetos en el desarrollo del programa y sus respectivos roles narrativos.**

Por encima de colaboradores e invitados, todo gira alrededor de Íker Jiménez. El director del programa confiesa abiertamente su predilección por el mundo del misterio.

Así, en un ambiente irreal marcado por la buena voluntad, la honestidad, la amistad y la incitación al crecimiento personal se gana la confianza del telespectador. Se eliminan reticencias y recelos y con ello la transmisión y asimilación de valores trascendentes resulta más fácil. El resto de actores que han intervenido a lo largo de más de una década de programa, permiten reforzar las intenciones que el conductor del programa persigue y expone en cada inicio de temporada o en cada editorial, al final de cada emisión. Así se dirige el director del programa a su público:

#### **Íker Jiménez 00:00:18. (Durante su presentación en el primer programa)**

Bienvenidos. Durante toda esta semana ustedes han estado disfrutando de la programación de Cuatro. Espero sinceramente que el espíritu innovador de esta cadena esté ya en todos y cada uno de sus hogares. Ahora llega nuestro turno. Cuarto Milenio ya está aquí. Lo hace desde nuestra particular Nave del Misterio. Lo hace cada semana, cada siete días, en busca de universos inexplorados, de enigmas por resolver, de misterios que siguen estando ahí. Y es que sé que parece paradójico que en este siglo XXI lleno de tecnologías, lleno de avances digitales, pensar en el misterio, suena contradictorio, pero no es así(...). Si usted es un alma curiosa, si usted cree que queda mucho por descubrir, si usted es capaz de sentir la fascinación de lo desconocido, estoy convencido que este es su programa. Somos Cuarto Milenio y estamos a punto de comenzar. ¿Nos acompañan?

Íker Jiménez, como director del programa, desempeña el rol de líder. Representa la figura del héroe que debe afrontar un reto,

una aventura en la que debe sortear una serie de dificultades. En cuanto a invitados y colaboradores, hay un gran esfuerzo por recordar su dilatado curriculum, su perfil investigador científico, si es el caso, así como su calado social. Son habituales en las mesas de debate Javier Sierra escritor y periodista de prestigio, cuyos orígenes se encuentran en las revistas *Año Cero* y *Más Allá*, Enrique de Vicente director decano de las revistas de misterio en España, al frente de *Año Cero*, José Manuel Nieves como periodista y director de la sección de ciencia y tecnología de *ABC*, o José Cabrera médico forense y figura televisiva habitual en todo lo relacionado con su campo. Es decir, todos ellos son personajes reconocidos por la inmensa mayoría del público por su labor profesional y aportan esa imagen de seriedad y rigor tan necesario en el programa. Se busca un equilibrio entre sobriedad y cercanía. Por ejemplo, la figura de Íker Jiménez ha ido evolucionando en su forma de presentarse ante el público. En la primera temporada portaba americana negra y un jersey de cuello alto que le daba una imagen intelectual y cercana hacia el público. Además, se trata de una persona joven y trata de vestir de una manera adecuada a su tiempo. Ya en la segunda temporada, sin abandonar la americana, cambia el jersey de cuello alto por la camisa de tonos claros. Esto conlleva un paso más en la madurez del personaje. Su forma de vestir se hace un poco más sobria y, como siempre, rodeada de libros. A partir de ahí, esa será una constante en la indumentaria de Íker Jiménez. Siempre huirá de corbatas y, aunque sobrio, debe tener algún toque informal, ya que se

trata del nexo de unión entre el programa y su público. Los contertulios relacionados con el misterio suelen vestir más sobrios, casi siempre con chaqueta y corbata. Es el caso de Enrique de Vicente o Santiago Vázquez. Por su parte, aquellos que defienden posturas más ortodoxas y relacionadas con la ciencia, suelen ser algo más informales, como ocurre con José Manuel Nieves. Un elemento que connota seriedad y rigor es el uso de gafas en los invitados y colaboradores. Se trata de un complemento que refuerza la idea de que todo debe pasar por la minuciosidad investigadora. A esto hay que sumar decorados que refuerzan la ilusión del rigor investigador. Por ejemplo, volviendo a la mesa de debate, ésta se decora con innumerables recortes de periódicos esparcidos por su parte central. Se cuida el más mínimo detalle. Por ejemplo, en otra de las secciones que ha jalonado el programa, *La Hemeroteca*, se puede observar un espacio literalmente empapelado de periódicos y con el suelo repleto de pilas de diarios. Otro espacio habilitado dentro del plató es la construcción de una sala forense, donde se conversa sobre extrañas muertes y epidemias. (Figura 10.)

Desde Cuarto Milenio, se quiere transmitir la imagen de ser una gran familia, donde se invita al público a formar parte de ella. Siempre desde un rol dominante, Íker Jiménez trata a los colaboradores y compañeros como a amigos. A esto hay que unir su relación con el público, al que se dirige, en muchas ocasiones, en un tono confidencial. Los seguidores del programa pudieron comprobar el estado de gestación de Carmen Porter, esposa de Íker Jiménez, a la vez que



Figura 10 · Instantánea del programa 8x01. 12 septiembre de 2012

compartieron el nacimiento de su hija, Alma. El uso de planos medios o primeros planos permite ver a un Íker Jiménez muy humano, cercano, respetuoso con su audiencia, siempre mostrándose agradecido por el apoyo que recibe. Además, el director del programa invita a participar en secciones fijas como la de las imágenes misteriosas. In-



Figura 11 · En la imagen Antonia Tamayo sometiéndose a hipnosis con el fin de aclarar si fue ayudada por la Virgen durante su desaparición

cluso se aventura a prestar ayuda a aquellos que se lo soliciten por medio del Gabinete de Expertos, creado durante la octava temporada. Así, La Nave del Misterio se convierte en un gran espacio familiar en el que todos los amantes del misterio tienen cabida. El programa aboga por ayudar a su público a ser más y mejor. Y todo ello pasa por los medios que Cuarto Milenio puede poner para erradicar algún trauma u obsesión de sus invitados. Así, personas que han vivido avistamientos ovni, encuentros fortuitos con espíritus o apariciones en la carretera, hallan en el programa una válvula de escape para romper esa barrera que suponía tener una experiencia paranormal inconfesable. Incluso se han vivido casos sensacionalistas de hipnosis regresiva en el plató (Figura 11.), con el fin de desentrañar las vivencias de una mujer que desapareció en el monte de niña y asegura que, durante ese periodo, fue protegida por la Virgen.

Además, son constantes las muestras de afecto entre Íker Jiménez y sus colaboradores.

**Íker Jiménez 00:44:58. (Así da paso a Enrique de Vicente colaborador habitual del programa el 8 de septiembre de 2013)**

Es curioso porque en este país hay algún que otro ejemplo, de sentencias firmes, de autopsias, de historias que siguen viviendo y yo no sé si con razón o no, ahí yo no me meto, y que incluso Internet ha producido una especie de limbo en crecimiento... teorías de la conspiración porque al parecer había cosas... o a la gente le parece que hay cosas que no encajan. ¿Es una cuestión de mitos porque es Lady Di, es por cómo se produce el accidente? Brevemente, Enrique de Vicente, maestro, bienvenido, un año más, a tu programa.

**Íker Jiménez 00:19:13. (El 15 de septiembre de 2013 estás son las palabras de presentación para José Manuel Nieves)**

...Por supuesto, presentamos a José Manuel Nieves, todos lo conocen con sus crónicas y reportajes sobre ciencia en el diario ABC, las más leídas siempre y no me extraña por su rotundidad. Seguro que rotundo también nuestro amigo esta noche y quizá esté espantado con lo que está escuchando, o no...

Dentro de este ambiente de hermandad, el rol que desempeñan invitados o colaboradores suele ser el de refuerzo de las teorías esotéricas. No obstante, sí que hay que mencionar que ante determinados temas, sobre todo de calado social y de inmediata actualidad, sí que se preocupan por debatir desde puntos de vista contrapuestos. Es habitual encontrar en una mesa de debate al menos dos posturas contrapuestas. Sobre todo en bloques que puedan suscitar una especial sensibilidad social. Así, cuando se habla de *La Clave 11*, en el segundo programa de la primera temporada, la mesa de de-

bate cuenta con las visiones de Enrique de Vicente y Andrés Guijarro. El primero dará su visión cabalística y premonitória ligada a esta cifra y el segundo, especialista en numerología, considera que los atentados de Nueva York y Madrid ocurrieron un día once por simple casualidad y no por una causalidad.

Así, en el primer programa de la octava temporada, donde se debate si el virus del SIDA es producto de una conspiración y creado en un laboratorio con fines bacteriológicos o si, por el contrario, es una enfermedad más a la que se le está ganando la partida gracias a los retrovirales. Ambos puntos de vista son defendidos con vehemencia en la mesa de debate, sin que el programa se posicione. Por último, en el segundo programa de la novena temporada, se trata el problema de la superpoblación. En esta ocasión, se defiende una postura apocalíptica en la que se asegura que los gobiernos han tomado cartas en el asunto para diezmar selectivamente a determinados núcleos de la población. En contraposición, sin dejar de reconocer que la superpoblación es un problema, están los que consideran que la solución no va por el lado conspiranoico y sí por el de rentabilizar al máximo los recursos con los que cuenta el planeta. Concienciación y tecnología son los puntos defendidos por la postura no apocalíptica.

## 7. Conclusiones

De la presente investigación se desprende que, por su perfil, el programa, a pesar de ofrecer una amplia variedad temática, no sólo vinculada al ámbito de lo paranormal, sino también al científico e histórico, se identifica con lo trascendente,



entendido como creencias religiosas, ufológicas y esperanzas en el Más Allá. Para poder afianzarse en esta línea editorial, este espacio televisivo se vale de una estrategia comunicativa que participa de valores de la personalización, la socialización y éticos, cimentados sobre lo emotivo y una puesta en escena impactante. Aspectos que contribuyen a generar un clima de confianza y empatía que facilita la difusión y consolidación de las esperanzas trascendentes. No hay que olvidar que el hombre tiende a imitar, a copiar modelos, actitudes de personajes y contenidos que emotivamente le satisfacen. Esta es una herramienta de la que se vale Íker Jiménez para conseguir convencer a su público. Así, nos encontramos a una audiencia que se puede ver condicionada por tres factores que interactúan: gratificación, seducción e imitación. A continuación detallamos nuestro razonamiento considerando que, aunque en este caso, todo está muy focalizado al entorno esotérico, es extrapolable a una actitud ante la vida.

### 7.1 Valores de la personalización o

#### afectivo caractereológicos

- a) **La identidad personal. Ser uno mismo, libre y no alienado.** El punto de partida es ofrecer una visión de la realidad alternativa a la habitual. Ese es el gran desafío que propone el conductor del programa a su público. Sortear dificultades e ir, sin complejos, en busca de cosas que otros, aunque lo desean, son incapaces de cumplir. Se invita al telespectador a superar toda posible alienación, que se pueda deducir del orden informativo establecido. Así, suele ser habitual la felicitación y el enaltecimiento de invitados que acuden al programa a contar sus experiencias esotéricas. Se invita por

tanto a la autonomía personal y a la superación de dependencias.

- b) **La realización personal. Ser más y mejor.** A colación con el punto anterior, también es muy interesante la labor de descarga o alivio que se transmite. El mensaje es claro: Se deben vencer los miedos que coartan el desarrollo personal del individuo.
- c) Todo lo visto dentro de los valores de la personalización, redundan en **La pasión por el trabajo bien hecho y la seriedad.** Es el aspecto sobre el que más hincapié hace el programa. Es una de las piedras angulares de la credibilidad de Cuarto Milenio. Los términos sectoriales de difícil comprensión suelen acompañarse de un texto explicativo en la parte inferior de la pantalla. Lo mismo ocurre cuando se cita a algún autor experto. Por otro lado, la puesta en escena de los actores, así como el trabajo de atrezzo también connotan dicha preocupación. Íker Jiménez siempre aparece rodeado de objetos que denotan erudición.

### 7.2. Valores de la socialización

- a) **La comunicación positiva. El diálogo y la apertura.** Aunque desde Cuarto Milenio se afirma en todo momento que la misión es arrojar luz sobre el misterio, aportando varios puntos vista, que permitan al telespectador poder tomar sus propias decisiones con criterio, es cierto que el programa no ofrece una visión plural de la realidad en la mayoría de las ocasiones.
- b) **La amistad, el amor y la fraternidad.** Íker Jiménez trata a los colaboradores y compañeros como a amigos. Con su actitud genera empatía con el público al que se dirige en muchas ocasiones en un tono

confidencial. Los seguidores del programa pudieron comprobar el estado de gestación de Carmen Porter, esposa de Íker Jiménez, a la vez que compartieron el nacimiento de su hija, Alma.

## 8. Reflexiones finales sobre la responsabilidad de los nuevos prescriptores sociales.

Por sus características en cuanto a la construcción del valor, Cuarto Milenio podría ser, como los Medios en su conjunto, un prescriptor de valores y modelos de comportamiento respecto a otras instituciones sociales como la Familia u organizaciones religiosas como la Iglesia Católica, que hasta ahora han sido determinantes en la construcción de aquellos. Esto supone una inquietante novedad para la Sociedad, ya que, con independencia de la honestidad y buena voluntad que haya detrás de los profesionales que llevan a cabo el programa, no podemos olvidar que la Televisión está condicionada por la rentabilidad económica, derivada de la audiencia y el protagonismo de la imagen. Y que la retórica de sus formatos convierten a este medio en una herramienta extremadamente voluble y superficial respecto a sus contenidos. Una industria que convierte a sus telespectadores en mercancía, y que para mantenerla y fidelizarla está dispuesta a defender aquello que esta quiera ver y oír. Y este no es el camino más adecuado y fiable para la educación de la persona en cuestión de valores y moral. Puede ser orientativa pero poco más. Además, debemos tener en cuenta que los valores deben tener en el individuo un fin y no podemos obviar que, a nuestro parecer, el espectador es para la Televisión un medio. Circunstancia que colisiona con el espíritu que debe preceder a la transmisión de valores, entendida

como manera de comunicar formas de ser y modos de comprender y estar en la realidad. Se ha analizado el programa y es cierto que éste refleja los valores anteriormente indicados. Sin embargo, escogemos el término reflejar, ya que la Televisión como medio y Cuarto Milenio como programa objeto de nuestra investigación, no pueden ir más allá, debido a que los valores descritos requieren de un tratamiento mucho más profundo, que no se puede hallar en un soporte en el que prevalece la inmediatez sesgada de la realidad.

De lo mencionado, se pueden extraer varias consecuencias negativas en el marco axiológico reflejado en Cuarto Milenio:

- a) En todo lo concerniente a lo que escapa a los sentidos del hombre, se genera una incertidumbre que provoca una necesidad en él. Y es ahí donde entra en juego el programa Cuarto Milenio como sustitutivo institucional. Sin embargo, lejos de ofrecer una solución, este espacio genera aún más confusión, ya que los datos aportados se quedan en lo artificioso de la puesta en escena, en la justificación del propio director por arrojar luz sobre determinados temas, pero sin profundizar. No se dan al espectador las herramientas necesarias que le permitan conocer, valorar y decidir. Desde una precisión descendente y desde una falsa causalidad se le invita a abrazar la causa paranormal, apelando más al sentimiento que a la razón. Eso sí, desde la puesta en escena se observan recortes de periódicos, se usan expresiones sectoriales y un sinfín de artificios que no conducen a sitio alguno, aunque sí buscan justificar las señas de identidad que propugna el programa. Se produce un torrente de imágenes y sonidos

impactantes que no posibilitan las condiciones necesarias para que el televidente pueda distanciarse de los hechos y abordar desde la objetividad y el sosiego lo que ocurre en la realidad. No hay que olvidar que en todo momento se apela a la vena sentimental del espectador desde un armazón de amistad, fraternidad y coparticipación ficticia. La presencia de los espectadores en el programa resulta testimonial y poco representativa.

b) El programa produce enormes volúmenes de información redundante que buscan más la *espectacularidad* que una labor socialmente informativa. De ahí que pudiéramos tildar a Cuarto Milenio de sensacionalista a la hora de abordar toda la temática paranormal y esotérica.

c) La magia televisiva le confiere al director del programa una gran capacidad de atracción y una gran confianza, a pesar de ser un gran desconocido más allá de la pequeña pantalla. Sin embargo, eso no importa, y tendemos a aprobar éticamente y a imitar a la figura mediática que nos satisface emocionalmente.

No obstante, siendo conscientes del ímpetu y la influencia social de la Televisión, entre otros Mass Media, no consideramos oportuno demonizar el medio, sino someterlo a estudio para poder alcanzar un modelo al servicio de la Sociedad. Y para ello, consideramos oportuno acercar la Televisión a la Familia e instituciones educativas y religiosas, ya que sólo desde el seno familiar y desde una adecuada aproximación formativa, se podrá conseguir que sean éstas y no la pequeña pantalla, las que impongan los modelos de comportamiento de la Sociedad.

## Bibliografía

### Bibliografía consultada en libros

- Abril, G. (1997): *Teoría general de la información*. Cátedra, Madrid.
- Agejas, J.A y Serrano Ojea, Fco. J (coords), (2002): *Ética de la Comunicación y de la información*, Ariel Comunicación, Barcelona.
- Aranguren, J. L. (1986): *La comunicación humana*, Tecnos, Madrid.
- Benavides Delgado, J. (2004) *La ética y los Medios de Comunicación en el ámbito de la cultura publicitaria en Medios de Comunicación. Información, espectáculo, manipulación*, Ed. Verbo Divino, Navarra.
- Benavides Delgado, J. (2005) Nuevas propuestas para el análisis del lenguaje en los medios en «Cuestiones Publicitarias».
- Benavides Delgado, J. (2007): *La comunicación de valores en las empresas y organizaciones*. En el X Ciclo de Comunicación de la Universidad Complutense. Universidad Complutense. Madrid.
- Casetti F & Di Chio, F (1999): *Análisis de la Televisión: instrumentos, métodos, y prácticas de investigación*. Paidós. Barcelona.
- Eco, U. (1994): *La estructura ausente. Introducción a la semiótica*, Lumen, Barcelona.
- Galdón, G. (2001): *Desinformación. Método, aspectos y soluciones*, Eunsa, Pamplona.
- Galdón, G.(2004): *Introducción a la Información y a la Comunicación*, Ariel, Barcelona.
- Hall, S. (1980): *Codificación y Decodificación*, Century Hutchinson, Londres.
- Lacalle, Ch, (2001): *El espectador televisivo: los programas de entretenimiento*. Gedisa. Barcelona.
- Laplantine, F (1977): *Las voces de la imaginación colectiva. Mesianismo, posesión y utopía*, Granica, Barcelona.
- Livingston, S. (1990): *Making Sense of Televisión*, Routledge, Londres.

- Maldonado, L. (1975): *Religiosidad popular: Nostalgia de lo mágico*, Cristiandad, Madrid.
- Mariás J. (1980): Historia de la Filosofía, *Revista Occidente*, Madrid.
- Martínez Abadía, J. (1988): *Introducción a la tecnología audiovisual. Televisión, vídeo, radio*, Paidós, Barcelona.
- McQuail, D. (1999): *Introducción a la teoría de la comunicación de Masas*. 3ª edición, Paidós, Barcelona.
- Méndez, J.Mª. (2006): *Curso completo sobre valores humanos*, Promociones y Publicaciones Universitarias. Barcelona.
- Moragas, M. (1979): *Sociología de la Comunicación de masas*. Península. Barcelona.
- Popper, K. (1984): *Conjeturas y refutaciones*. Paidós, Barcelona.
- R. Pastoriza, F (2003): *Cultura y Televisión: Una relación de conflicto*, Gedisa, Barcelona.
- Sartori, G. (2000). *Homo Videns*. Taurus. Madrid.
- Villarrea, S. (1997): G.E. Moore y las justificación de las creencias cotidianas, en *La posibilidad de la Fenomenología*, Complutense, Madrid.

### 8.2. Bibliografía consultada en Revistas

- Benavides Delgado, J. (1989): La publicidad: nueva cultura del deseo e interpelación de la fe. *Miscelanea Comillas. Revista de Teología y Ciencias Humanas*. Universidad Pontificia de Comillas. Madrid.
- Benavides Delgado, J. (2005): Nuevas propuestas para el análisis del lenguaje en los Medios. *Questiones Publicitarias*, Vol. I, nº 10. Universidad Complutense. Madrid.
- Martínez Gómez, J.A. (2010): En torno a la axiología y los valores, en *Contribuciones a las Ciencias Sociales*, marzo, [www.eumed.net/rev/ccss/07/jamg.htm](http://www.eumed.net/rev/ccss/07/jamg.htm)
- Morón Marchena, J.A. (1997): Educación en Valores, transversalidad y Medios de Comunicación Social, en *Comunicar 9*, Universidad de Sevilla. Sevilla.