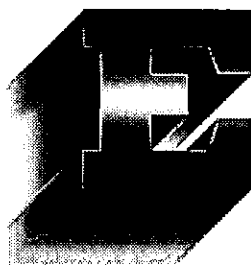


El ritual de los 30 minutos

Notas de análisis sobre los Telenoticieros

FERNANDO VÁSQUEZ RODRÍGUEZ*



El interés que anima estas notas de análisis sobre los telenoticieros brota de una convicción: nuestra visión de la realidad, de la sociedad o del mundo está mediada, en gran parte, por la composición o manejo de la información desarrollada cotidianamente por los noticieros de televisión. Tal elaboración, dicha poética –diríamos con más propiedad– se puede evidenciar en cuatro grandes instancias o dimensiones: el rito, la puesta en escena, los mecanismos de ilación y de autolegitimación, y el manejo de la información.

El ritual

Sabemos que, de por sí, mirar televisión es un ritual¹. Un rito porque lo hacemos en determinado tiempo, en determinado espacio y cumpliendo determinadas acciones. Reparemos un poco en nuestra

* Licenciado en Literatura y Magister en Educación de la Universidad Javeriana. Profesor de Semiótica y Expresión Oral en la Facultad de Comunicación y lenguaje de la Pontificia Universidad Javeriana.

¹ Precisamente Gregor T. Goethals, en su libro *El ritual de la televisión*, desarrolla la idea según la cual «la televisión ha empezado a desempeñar una de las funciones más antiguas y más tradicionales de las imágenes: visualizar los mitos comunes e integrar al individuo en el todo social». Goethals considera que la televisión es un importante mediador simbólico: «la televisión ha tejido una red de mitos, aportando los ritmos, las extravagancias visuales y las temporadas seudolitúrgicas que rompen con lo ordinario de nuestras vidas. Es una fuente primaria de orientación para las esferas social, política y económica de la experiencia. Aun cuando la televisión acaso tuviese su mayor efecto sobre quienes dependen de ella como fuente básica de noticias y entretenimiento, su medio de símbolos nos rodea a todos».

SIETE PREGUNTAS ESENCIALES PARA UN ESTUDIO SOBRE EL TELENOTICIERO

Cuenta Lorenzo Vilches, en su libro **Manipulación de la información televisiva**, que en uno de los estudios sobre los informativos de la televisión italiana (dirigido por M. Buscema, en 1983), las preguntas básicas que se tuvieron, y que deberían tenerse en cuenta, fueron las siguientes:

- ¿Cómo narra el telenoticiero los acontecimientos a través de sus actores, espacios y tiempos?
- ¿Qué modelo de objetividad e interpretación simula el telenoticiero ante el espectador?
- ¿Qué estrategias visuales utiliza el telenoticiero para mostrar a sus narradores (y actores) y a los acontecimientos?
- ¿Qué relación existe entre los diversos actores del telenoticiero (presentadores, corresponsales)?
- ¿Qué significa el tiempo en un telenoticiero y cuál es su estructura?
- ¿De qué forma opera visualmente el telenoticiero para conseguir resaltar u ocultar algunas noticias?
- ¿Qué efectos producen en el narrador ciertas estrategias de expresión para presentar los acontecimientos tales como:
 - a) El espacio que ocupa el narrador en la escena.
 - b) Los movimientos de cámara en los acontecimientos.
 - c) El uso de la foto fija?

cotidianidad en tanto telespectadores y notaremos tal vocación ritual: o bien nos sentamos en el mismo lugar –casi siempre en un lado de la cama o en un sitio de la sala–, o bien llevamos de antemano un alimento o bebida, o bien agilizamos las distintas tareas cotidianas para dejar «libre» ese momento. Y qué decir de la organización de los instantes de habla y de silencio durante el desarrollo del ritual. Claro, no es éste el único rito en el que participamos, pero, y eso es lo que me parece significativo, el ritual de la televisión posee una fascinación y una seducción inigualables: la palabra y la imagen articuladas².

En el caso concreto de los noticieros el ritual está triplemente articulado: ya hay una organización establecida en la programación que, a su vez, corresponde a otra división ritual del tiempo cotidiano: el mediodía, el final de la tarde y el final de la jornada. Además, cada noticiario se organiza desde los treinta minutos y, dentro de este otro tiempo, distribuye distintas franjas para cada sección. Quiero resaltar, de una vez, esa correlación entre los tiempos de la información y los tiempos de la comida; o entre los tiempos de la información y los tiempos de fractura de la cotidianidad. El mediodía es un tiempo repleto de significado, es un tiempo relacionado con el almuerzo, con el primer corte en el horario del trabajo, con el punto de encuentro entre dos zonas potentes y complejas: la mañana y la tarde. Otro tanto sucede con el primer noticiario de la tarde o el primer noticiario de la noche; de nuevo es un lugar-bisagra, un puente entre la tarde que termina y la noche que comienza; es la zona en donde se conjugan el salir del trabajo

² Luciano Alvarez en su trabajo, **Los héroes de las siete y media**, sobre los noticieros en la televisión uruguaya, comenta que aunque en apariencia sea la imagen la que domina en el telediario, es la palabra la que regula la puesta en escena de la información. «La imagen ha sido domesticada por la organización narrativa noticiosa», dice Alvarez. Y agrega: «la palabra cimienta la imagen dándole significado y coherencia». No obstante, la imagen aporta una evidencia, una inmediatez, un «estar ahí» que fascina al espectador.

con el llegar a casa; es la zona de la cena o la comida. Y los últimos noticieros, los de las nueve y media, son como el cierre de la noche, el momento que antecede al sueño y el preludeo del nuevo día. Salta a la vista: los telenoticieros acompañan todo ese ciclo vital, laboral, «digestivo» de nuestra cotidianidad. Mejor aun, ellos contribuyen o van marcando, como los viejos relojes de las catedrales, los cambios de tiempo en la vida cotidiana³.

La puesta en escena

Desde la perspectiva del ritual, un noticiero se organiza como si fuera una obra de teatro, una puesta en escena. Y al mencionar la puesta en escena tenemos que hablar de espectáculo. Lo espectacular hace relación a dos cosas: a la forma como el noticiero «organiza» los distintos elementos de la «obra informativa», y a la manera o a la lectura que los espectadores hacen de tal «representación». Lo espectacular del noticiero es toda una suerte de composición, de ensamblaje, de estructura; pero es también el juego comunicativo con los receptores, la persuasión con el auditorio, con el público. Por eso son tan importantes los presentadores, el tipo de set, los recursos técnicos, la música. Por eso vemos cómo se hacen variaciones permanentes no sólo en el set de los noticieros sino con respecto a los distintos actores que participan en tal «obra informativa».

Roland Barthes escribió que «el espectáculo es la categoría universal a través de la cual se observa el mundo»⁴. El espectáculo siempre es una relación entre «una determinada actividad que se ofrece y

EFEECTO DE VERDAD Y EFECTO DE PRESENCIA EN LOS TELENOTICIEROS

En los telenoticieros existen dos efectos principales: el efecto de la verdad y el efecto de la presencia.

El primero, el efecto de la verdad, es aquel por el cual nos parece que la televisión es la ventana al mundo, y nos muestra directamente el mundo. Lo que nos dice la televisión, no lo dice, sino que lo muestra; entonces, parece ser directo y verdadero.

El segundo efecto es el de presencia: quien está en la pantalla entra en nuestra casa, es un amigo, lo conocemos, tenemos relaciones paraproxémicas con él; es cercano, le creemos o no le creemos, es simpático o no simpático. También éste es un efecto: el periodista no está mirándonos a los ojos, sino que está mirando a la máquina; el periodista sabe que mirando a la máquina parece que nos mirara a los ojos.

El telenoticiero es un espectáculo que monta la realidad en función de estos dos efectos.

UGO VOLLI

³ «En efecto, afirma Luciano Alvarez, ese rito en pantuflas está incorporado a la ordenación social del tiempo; el noticiero televisado es parte del reloj, del calendario, artefacto social montado al ritmo de la actividad colectiva».

⁴ Citado por Patrice Pavis en su *Diccionario del teatro* (dramaturgia, estética, semiología), Barcelona: Paidós, 1980.

un determinado sujeto que la contempla»⁵. Y aunque ha habido varios tipos de espectáculo – González Requena enumera al menos cuatro: el carnavalesco, el circense, el de la escena a la italiana y el de la escena fantasma (propio de los nuevos espectáculos cinematográficos y electrónicos)–, lo cierto es que en la mayoría de ellos, como pensara Tadeusz Kowzan, se dan por lo menos trece sistemas de signos: la palabra, el tono, la mímica del rostro, el gesto, el movimiento escénico del actor, el maquillaje, el peinado, el vestuario, los accesorios, el decorado, la iluminación, la música y los efectos sonoros⁶. Por supuesto, el telenoticiero se constituye o conforma a partir de este juego de elementos espectaculares.

Aquí cabría, de una vez, hacer una distinción: una cosa es la verdad –siempre sujeta a consensos sociales– y otra la verosimilitud. Lo verosímil tiene que ver con la forma como se organizan los distintos elementos dentro de un obra; lo verosímil es más una reorganización interna; lo verosímil apunta a lo creíble, a lo posible. La verdad –que siempre estará sujeta a los diversos filtros de las interpretaciones y de los intereses– tiende más hacia la exterioridad; la verdad quiere ser un acuerdo entre lo interno y lo externo, entre el pensamiento y el acontecimiento. Entonces, el espectáculo de calidad es, por excelencia, una construcción de verosimilitud más que de verdad.

El espectáculo quiere ser, en sí mismo, creíble. Uno no le pide a un espectáculo que sea como la realidad o como la verdad; lo que uno demanda del espectáculo es que sea convincente.

Los mecanismos de ilación y de autolegitimación

Un rito requiere cierto tipo de lenguaje. Hay fórmulas, frases, repeticiones. El discurso o la palabra usada en el ritual está organizada para fortalecer uno a uno los tiempos y las acciones del ritual. La palabra lubrica el rito, le da circulación, continuidad. Los noticieros usan la palabra con multitud de fines: para dar la información, por supuesto; para advertir o preparar al televidente de algo que viene después, algo así como un «gancho» de suspenso; o para interconectar, como si fueran signos de puntuación, las distintas partes del informativo y los diferentes parlamentos de los actores⁷. Todo noticiero requiere mecanismos de ilación: a veces son frases identificatorias, o conectores de interacción con el lector. Estos mecanismos de ilación se juntan con los de autolegitimación, es decir, aquellas «marcas», objetos, o signos a través de los cuales el noticiero crea su propia identidad, para generar en el espectador una especie de «apropiación» o confianza con el medio. Son mecanismos que, a la par que familiarizan la audiencia con el noticiero, van reforzando en el espectador una pertenencia, una propiedad, una filiación. No olvidemos que en todo rito hay fieles.

De otro lado, los anteriores mecanismos quieren crear en el espectador la idea de entrar en un

⁵ Jesús González Requena, en *El Discurso televisivo: espectáculo de la posmodernidad*, define la relación espectacular «como la interacción que surge de la puesta en relación de un espectador y de una exhibición que se le ofrece».

⁶ Un mayor desarrollo de estas ideas se encuentra en el libro de Kowzan, *Literatura y espectáculo*, Madrid: Taurus, 1992. Algunos otros autores que pueden consultarse sobre el tema serían Anne Ubersfeld, *Semiótica teatral*, Madrid: Cátedra, 1989; Fernando De Toro, *Semiótica del teatro* (del texto a la puesta en escena), Buenos Aires: Galerna, 1987; el texto de André Helbo y otros denominado *Semiología de la representación* (teatro, televisión, cómic), Barcelona: Gustavo Gili, 1987; y *Semiología de la obra dramática* de María del Carmen Bobes Naves, Madrid: Taurus, 1987.

⁷ En el interior de la «obra informativa» se presentan una serie de elementos aislados que sólo mediante el uso de determinados planos, fundidos, cortinas electrónicas, reiterativos diálogos focucionales entre nota y nota, o lo que podríamos llamar «figuras de puntuación», hacen que lo fragmentado y heterogéneo de las notas informativas constituyan un cuerpo estructurado, una totalidad.

mundo cerrado⁸. Por eso abundan los logotipos, los distintivos, las chaquetas, como refuerzos a la imagen empresarial, como signos de diferenciación. Por eso también el set, la distribución de los elementos, el tipo de inicio de la emisión y la forma de cierre, las voces y la figura de los presentadores son «marcas» de identidad, son estrategias de publicidad tendientes a no perder el consumidor, a no dejar perder el cliente. Recordemos que en el ritual no se puede perder la atención, no hay que distraerse (parece una contradicción: en el informativo, aunque abunda el divertimento no hay tiempo para la distracción); el rito exige de nosotros toda nuestra atención; no hay que «perdersé de nada». Por ello, los mecanismos de ilación y de autolegitimación evitan que el espectador se retire o se distraiga, cambie de canal o apague el televisor. Son animadores o incitadores, llamadas de atención, señales para que el televidente no pierda el camino o no vaya a olvidar en qué espacio de la información se encuentra (he aquí otra paradoja: el espectador puede olvidar, es casi seguro, la cantidad de informaciones dadas en cada emisión, pero no debe olvidar jamás que está viendo ese noticiero y no otro).

El manejo de la información

He mencionado que el telediario es una puesta en escena, una «obra informativa». Hay actores, hay decorados, hay recursos sonoros, y hay también –por supuesto– unos hechos, una fábula diría

⁸ Para Furio Colombo, la percepción del mundo del espectáculo y la verdadera percepción del mundo se unen en un círculo cerrado, cuyo centro es el lente de la cámara. Ya no se está en el «lugar de los hechos»; el medio asiste por nosotros. Lo que Colombo, en su libro *Televisión: la realidad como espectáculo*, llama la «nueva cultura visiva» corresponde a la «fabulación» del mundo, en donde la credibilidad no surge ya de los labios de la persona viva, sino del registro de esos labios en el medio electrónico.

TIPOS DE ASUNTO PARA UN ANALISIS DE CONTENIDO DEL TELENOTICIERO

Luciano Alvarez, en su libro *Los héroes de las siete y media*, siguiendo a Michel Souchon, propone diez tipos de asunto para analizar el contenido informativo del telenoticiario:

1. **Esfera de lo político** (Estado, partidos políticos, Política internacional, conflictos internacionales, crisis políticas internas...)
2. **Sociedad** (organizaciones de la sociedad civil –excepto sindicatos–, sindicatos, conflictos sociales, salud pública, derechos humanos, vida cotidiana...)
3. **Mundo económico y empresarial** (finanzas públicas y privadas, costo de vida, salarios, agro, comercio y exportaciones, industria...)
4. **Policiales, accidentes y "disturbios"** (delitos, accidentes, catástrofes naturales, disturbios callejeros...)
5. **Tiempo libre** (deportes –excepto fútbol y carreras–, fútbol, espectáculos "no artísticos", turismo...)
6. **Artes y espectáculos** (cine, televisión, radio, música popular, artes plásticas, literatura, teatro...)
7. **Pensamiento** (religión, historia, ciencias sociales, ideas...)
8. **Medio ambiente** (urbanismo, problemas ecológicos...)
9. **Conocimiento y educación** (vida académica, ciencia y tecnología, educación...)
10. **Informaciones prácticas** (tiempo y clima, comunicados diversos...)

QUINCE PREGUNTAS ESTRATEGICAS PARA REPLICAR AL TELENOTICIERO

Neil Postman, en su libro **Diversirse hasta morir**, propone una serie de preguntas que los receptores deberíamos hacer de cara o frente a un espectáculo informativo:

¿Qué es la información? O mejor dicho, ¿qué son las informaciones? ¿Cuáles son sus diversas formas? ¿En qué conceptos de inteligencia, sabiduría y de aprendizaje insiste cada forma? ¿Qué conceptos descuida o burla cada forma? ¿Cuál es la relación entre información y razón? ¿Cuál es la clase de información que facilita mejor el pensamiento? ¿Existe una tendencia moral para cada tipo de información? ¿Qué significa decir que hay demasiada información? ¿Cómo podría uno saberlo? ¿Qué redefiniciones de significados culturales importantes requieren las nuevas fuentes, la velocidad, los contextos y los tipos de información? ¿Da la televisión un nuevo significado, por ejemplo a la "piedad", el "patriotismo", la "privacidad"? ¿De qué forma persuaden los diversos tipos de información?...

Aristóteles en su *Poética*⁹. Los noticieros, a través de unos actores, una escenografía y mediante la palabra, ponen en escena una realidad. La imitan, la representan. Valga el momento para comentar que el tratamiento o el manejo dado a los hechos, a las acciones o los eventos por parte del telenoticiero depende de una infinidad de variables: la *ideología*, los *intereses económicos*, la *conveniencia* o *inconveniencia política*, el favor por un grupo o una institución, la *defensa de ciertos valores*. Hoy sabemos que ningún conocimiento es inocente o desinteresado, y mucho menos cualquier información. Y lo que llamamos *objetividad* depende en gran medida de los consensos legítimos o los acuerdos legitimados; o al decir de Luciano Alvarez, la *objetividad del noticiero* va de la mano con el contrato de *verosimilitud* que se hace con el espectador. Sin embargo, según sea la *elección-selección* de cada medio, de cada noticiero, así será el tipo de «obra informativa». Editar, por ejemplo, es parcelar, elegir, seleccionar; al editar se hace una «interpretación» de eso que llamamos la realidad. A la par que se imita, también se crea. Los noticieros, por ende, producen nueva realidad, reorganizan el mundo, la cotidianidad; le dan sentido, le otorgan valoraciones.

Informar no es sólo transmitir sino dar forma, infundir significación. Los noticieros, como otros mediadores sociales, contribuyen a la construcción social de la realidad. Quizá sea esta la razón por la cual cuando se analiza el telenoticiero es conveniente hacerlo de manera comparativa, precisamente para establecer los matices, las variaciones, los campos de interés, los puntos de

⁹ Para Aristóteles la fábula es lo mismo que «la estructuración de los hechos»; por lo demás, es el principio y fin último de la tragedia. La fábula es la «imitación de la acción». La fábula tiene varias partes como las peripecias (el cambio de la acción en sentido contrario) y las agniciones (un cambio desde la ignorancia al conocimiento). Véase la magnífica edición de la *Poética*, traducida por Valentín García Yebra, Madrid: Gredos, 1974.

focalización. Al mirar comparativamente las diversas «obras informativas» uno puede percatarse de la variedad de «adaptaciones» sobre un mismo hecho, sobre una misma acción. Algunos noticieros le darán más importancia (más tiempo, más imágenes, más despliegue) a un acontecimiento que a otro; mientras que para un segundo noticiero ese mismo hecho puede no ser considerado o, si se lo tiene en cuenta, apenas mencionarse (voz en *off*, sin apoyo de imágenes, sin testimonio o fuente viva). Tal tratamiento de la información es lo que algunos analistas en el tema han denominado manipulación. Lorenzo Vilches, en un trabajo sobre los noticieros españoles, concibe la manipulación como una «estrategia comunicativa», que no necesariamente corresponde a las ideas tradicionales de engaño o trampa¹⁰. En síntesis, cada emisión del noticiero exhibe o presenta una toma de posición, una postura interpretativa de la realidad o de los hechos, que puede evidenciarse en la «agenda setting» u orden del día del telediario. El tratamiento de la

información determina la jerarquía, importancia y prioridad de lo noticioso.

Rocco Mangieri ha insistido en el papel de la mirada como «contacto casi obligante y permanente» de los presentadores y periodistas con el telespectador. Y ha insistido también en ese «espacio de la confianza» del telenoticiero a partir del «tipo de plano empleado y del discurso didáctico convencional» que utiliza¹¹. Me parece que ese aire de familiaridad establecido por el noticiero es también una estrategia de apelación a la intimidad; el noticiero quiere hablar de manera cercana, como si estuviera hablando desde la mesa familiar o la mesa de trabajo de la oficina. Hay como una proxémica de la confianza prevista para que el espectador tenga fe en lo que va a mostrarse ante sus ojos. La noticia se expone cara a cara, y aunque sabemos que los personajes del noticiero no nos hablan directamente, la ubicación del plano medio, el uso de la mirada de los «bustos parlantes», todos esos elementos, crean la ficción de un diálogo o una charla privada, personal; secreta, si se quiere. Cabe mencionar que es de esta manera como el telenoticiero toca las puertas de lo afectivo, de lo confidencial. El fin último del telediario es conquistar la absoluta confianza del televidente.

¹⁰ Lorenzo Vilches, en su libro **Manipulación de la información televisiva**, distingue seis tipos de manipulación que se pueden aplicar al discurso informativo televisivo: el grado cero de la información (abstención de la palabra, porque el silencio es productor de sentido), la cita (un índice que establece una relación de contigüidad «natural» con la cosa vinculada), la reconstrucción (forma de recuperación del sentido para dar origen a uno nuevo), el comentario (contextualizadores que integran elementos no previstos en la comunicación), el ocultamiento (esconder información) y la conmutación (desviación radical de la información). Umberto Eco, en **La estrategia de la ilusión**, en un artículo denominado *El televidente*, también menciona algunas reglas de manipulación usadas en los telenoticieros: «sólo se comenta aquello que se puede o debe comentar»; «la noticia verdaderamente orientada no requiere comentario abierto, sino que se basa en la elección de los adjetivos y en un diestro juego de contraposiciones»; «ante la duda, mejor callar»; «ponga la noticia incómoda donde nadie la espera ya»; «no decir nunca polenta cuando puede decirse pastel de maíz»; «ofrezca la noticia completa sólo cuando la prensa del día la haya difundido»; «manifiéstese sólo si el Gobierno ya se ha manifestado»; «no omita jamás la intervención de un Ministro»; las noticias importantes deben darse sólo oralmente. Las irrelevantes pueden y deben ser filmadas»; «sólo se darán imágenes de las cosas importantes si ocurren en el extranjero».

Algunas digresiones valorativas

Hasta ahora he mencionado cuatro puntos fundamentales para un análisis del teleinformativo; permítaseme en este momento hacer algunas digresiones valorativas sobre este tipo de formato o sobre este ritual de los 30 minutos.

Empecemos por señalar la excesiva cuota de frivolidad que cada día se impone más en los

¹¹ El texto de Rocco Mangieri al que me refiero es *De la pluma de Amado al mapa de Walter (aportes para un análisis del informativo)*, incluido en **Apuntes #7**, Cuadernos de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela.

PALEOTELEVISION Y NEOTELEVISION SEGUN UGO VOLLI

Umberto Eco ya había hablado de la distinción que existe entre una **paleotelevisión** y una **neotelevisión**.

- La paleotelevisión está focalizada sobre el mundo; la neotelevisión, sobre sí misma.
- La paleotelevisión pretende ser transparente; la neotelevisión, es seductora.
- La paleotelevisión distingue muy claramente entre espectáculo e información; la neotelevisión, mezcla espectáculo e información.
- La paleotelevisión tiene su punto de libertad, dice ser verdadera; la neotelevisión, pretende ser interesante.
- La paleotelevisión registra una realidad como ya hecha; la neotelevisión, construye explícitamente una verdad.
- En la paleotelevisión la realidad está afuera y la televisión es una ventana sobre lo que está afuera; en la neotelevisión, la realidad está adentro y la televisión es una ventana hacia adentro, que eventualmente comprende pedazos del mundo, pero también de historias y otros programas de televisión.

noticieros. Preocupados como están por la persuasión, por las audiencias, los telediarios se preocupan menos por la responsabilidad social, por la ética. Pienso que hay noticieros que, como espectáculo, son perfectos; cada detalle, cada elemento corresponde a la «obra de información» que desean presentar. A pesar de ello, mirados desde otra perspectiva, aún son débiles en lo que tiene que ver con el tratamiento de la información, el manejo de la opinión, la elección-selección de las fuentes; débiles en el sentido de que no hay ni la suficiente preparación ni el suficiente cuidado con aquello que se muestra. Es muy difícil ser «profundos» en medio de tanta rapidez. Pienso ahora que el talón de Aquiles de los noticieros reside en su «improvisación», en ese compromiso de montar una obra de teatro diaria, hecha a jirones, con fragmentos, uniendo acá y allá parcelas de realidad, pasando de afán —la mayoría de las veces— sobre un mundo demasiado amplio y demasiado complejo. Luego el problema no es el espectáculo, sino los riesgos de montar tales obras de información con dichas limitaciones.

Y si a tal ligereza informativa sumamos el apetito desmedido por aumentar la pauta publicitaria o por aunar negocios con información, el teleticario se hace mucho más endeble, menos posibilitado para la construcción de la opinión, del consenso o los ideales democráticos. Cuando esto sucede, el telediario se vuelve propaganda, publicidad plena, mercancía; cuando no, mera diversión, mero entretenimiento¹². Otros han

¹² Neil Postman, en su libro *Divertirse hasta morir* (el discurso público en la era del 'show business'), advierte: « El entretenimiento es la supraideología de todo discurso sobre la televisión. No importa qué representa, ni cuál es el punto de vista, la presunción general es que está allí para nuestro entretenimiento y placer. Es por eso por lo que aun en los programas informativos, que nos proporcionan diariamente fragmentos de tragedias y barbarie, al final los presentadores siempre nos exhortan a 'volver a escucharlos mañana'. ¿Y para qué? Uno pensaría que

denominado a esta frivolidad de la información, el lugar de la banalidad. Se entiende que si no hay un norte ético, o un compromiso con aquellos a quienes se les quiere comunicar algo, todo dará igual, cualquier información podrá servir y podrá ser usada de manera indistinta, ya sea para «rellenar», ambientar o «divertir» al televidente. Aquí hay un vasto filón de preocupación para los directores de los noticieros y para los jefes de redacción, aun para los propios periodistas: ¿cómo liberarse de la banalidad?, ¿cómo diferenciar o jerarquizar la información?, ¿cómo no confundir el ornato con la sustancia? De alguna forma, para salir del cuello de botella de la banalización, el noticiero tendrá que ir dejando el bazar o la tienda de abalorios, para construirse desde la profundidad, la indagación, el tratamiento a fondo de algunas informaciones. Lo banal cede ante la especialización y la selectividad.

Otro punto problemático es el de la publicitación de lo privado, la progresiva irrupción de los noticieros en la intimidad. Cada día vemos cómo la cámara—al igual que un ojo voyeurista—penetra en lugares, registra caras, retiene acciones, sin pedir

varios minutos de asesinatos y mutilaciones criminales deberían darnos material suficiente para un mes de noches desveladas. Aceptamos la invitación de los presentadores, porque sabemos que no debemos tomar las 'noticias' en serio, ya que, por decirlo de alguna manera, todo es una broma. Todo lo que tiene que ver con la emisión de los noticieros nos sugiere lo siguiente: la buena apariencia del personal, su inclinación a la burla amable, la música estimulante que abre y cierra el diario, las pintorescas secuencias filmadas, la publicidad atractiva, todo ello y más aún sugiere que lo que acabamos de ver no es motivo para llorar. Para decirlo con más claridad, un noticiero es un formato para el entretenimiento, no para la educación, la reflexión o la catarsis. Y no debemos juzgar muy severamente a los que lo han enmarcado de esta manera. Ellos no están ensamblando las noticias para que sean leídas, o transmitiéndolas para que sean escuchadas, sino para que sean vistas. Han de seguir por donde los conducen los medios. No hay aquí ninguna conspiración, ni carencia de inteligencia, sino un reconocimiento categórico de que la 'buena televisión' tiene poco ver con lo que es 'bueno' en relación con la exposición u otras formas de comunicación verbal, sino con todo lo que tiene que ver con lo que las imágenes pictóricas reflejan».

ESPECTACULO Y TELEVISION

Esto es el look . Ser imagen, poseer valor de cambio, cotizarse en el mercado visual. Una vez más, he aquí el mecanismo publicitario, modelo rector del mundo electrónico. Ser es ser imagen seductora, ser deseado por la mirada del otro... Este es el deseo latente: existir como pura imagen seductora, trascender el espesor de la carne que es vivido como maldito, alcanzar el estatus fascinante de los cuerpos light de la publicidad... El problema no es, después de todo, que el espectador conceda la misma o mayor realidad a las imágenes televisivas que a las reales, no mediadas, sino que les concede un estatuto de otro tipo: lo que sale en televisión no es real, es. Es algo de un orden más pregnante que el real: es mundo televisivo, imagen, look, mundo imaginario.

Jesús González Requena

permiso, sin respetar los mínimos derechos a la privacidad, el secreto y la honra. Sospecho que amparados en la libertad de información se atropellan otras libertades. Hay noticieros que se regodean con el sufrimiento ajeno, con la miseria o el escándalo, captando a toda costa las escenas más morbosas, los planos más escabrosos. No se respeta el llanto, el silencio, lo privado. Con el tiempo tendremos que lograr un respeto, una dignidad al fuero personal de los otros; con el tiempo habrá que establecer acuerdos mínimos, consultas o permisos necesarios. Por encima de las libertades de una profesión, están los derechos fundamentales de la persona humana. Supongo que sobre este último punto las Facultades de Comunicación y las Escuelas de Periodismo también tenemos un alto grado de responsabilidad: la ética debe ser más que una asignatura.

Un comentario final tiene que ver con el papel de los telediarios en la consolidación o construcción de proyectos o planes educativos, de salud, de

civilidad. Si los noticieros tienen una enorme recepción entre miles y miles de personas, qué importante sería la vinculación de estos informativos en tareas menos espectaculares pero mucho más necesarias. En países como el nuestro, la televisión en general y los noticieros en particular, pueden contribuir enormemente al inicio, continuación o término de infinidad de proyectos de bienestar social, con los cuales todas las personas alcancen al menos las mínimas condiciones materiales necesarias para una vida digna y respetable. El telediario, sin perder sus tareas básicas de informar y fiscalizar, puede contribuir y colaborar con la comunidad en múltiples frentes como la convivencia pacífica, el aprendizaje de la diferencia, la democratización del conocimiento, la prevención de enfermedades o catástrofes, la orientación equitativa y oportuna sobre decisiones que cobijan a grupos amplios de la sociedad. El telenoticiario puede, así como las antiguas obras de teatro griegas, hacernos más conscientes, más solidarios. En pocas palabras: mejores ciudadanos.