

Jacques GUYOT

¿La televisión contra la información?

Direct news coverage without journalistic mediation, the absence of priorities and hierarchies, the sensationalist *mise en scene* of facts and events, the proliferation of channels, messages and images, the lack of a profound ethical approach, etc., make the author of this article question the role of television in the transmission of information, and force him to make a bid in favor of an integrated and complementary view of the complex problems of the world.

Dice el proverbio chino: una imagen vale más que mil palabras. Los acontecimientos de Rumania, o los de la guerra del Golfo, plantearon de forma clara el problema de la credibilidad de la información televisada. La supremacía de la imagen – a la que evoca acertadamente este proverbio –, la captación en directo de la realidad, al abolir la mediación periodística, debería permitir a cualquiera asistir a la historia en vivo, ante la imposibilidad de poder interrogarla.

En tal caso, ¿ilustran las desviaciones informativas aludidas el fin del mito aquel de la imagen como reflejo de la realidad, o el fracaso de ciertas escenificaciones de lo real? Este cuestionamiento con respecto a la fascinación por la imagen, ¿no llega cuando algunos reconocen enfáticamente que la imagen, como cualquier otra fuente de información, debe pasar por el tamiz de la deontología periodística?

Más allá de estas preguntas, ¿no es verdad que los límites de un modelo televisivo comercial, fuertemente marcado por el sello de la competencia entre las cadenas en el entramado de la información, se alcanzan cuando el *scoop* lo disputa al distanciamiento crítico? Finalmente, ¿no es en la naturaleza misma del medio – en su racionalidad técnica propia – en donde hay que buscar el abandono de la información televisada?

En resumen, por todas estas razones de orden estructural o especulativo, ¿es la televisión el medio apropiado para presentar una información plural y crítica

1. Complementariedad y jerarquización de los medios

Durante mucho tiempo, el tratamiento de la información era ilustrado por el esquema de la complementariedad de los medios de comunicación. Cuestión de especificidad técnica: la radio anunciaba, la televisión mostraba y, finalmente, la prensa explicaba; cada uno tenía definido su rol en la cadena del tratamiento y difusión de la información: la radio o la primicia del acontecimiento; la televisión o la ilustración mediante la imagen; la prensa escrita o el análisis en perspectiva de la actualidad. Podemos subrayar igualmente que la lógica editorial de los noticieros televisados se inspiraba a partir de las decisiones y jerarquías establecidas por la prensa escrita.

1.1, *La inversión de los roles*

La competencia desenfrenada de los años ochenta ha cambiado por completo esta regla. Los acontecimientos de Rumania vinieron a cuestionar la mencionada repartición de tareas entre los medios. Así, hemos podido ver la sorprendente lógica editorial de periódicos de reputación seria que, arrancando con las imágenes de la "masacre de Timisoara" y pasando por alto a sus corresponsales en Rumania, tomaron tal y como venían las "informaciones" difundidas por los canales de televisión. Al mismo tiempo, y por un efecto de altavoz, la prensa escrita acreditó considerablemente la manipulación rumana. En lo sucesivo, es la televisión la que arma la primera

plana y decide las opciones editoriales para el conjunto de la prensa.

1.2. *Lógica editorial y paradigma publicitario*

La inversión de roles se acompaña de una nueva jerarquización de los eventos. En Francia, después de la desreglamentación del ambiente audiovisual, cadenas privadas y públicas adoptaron una línea editorial fuertemente impregnada por el paradigma publicitario. En efecto, es la lógica de la audiencia la que dicta la elección, la jerarquía y el tratamiento de las noticias. Así pues, asistimos al consecuente incremento de informaciones superficiales puramente anecdóticas (el hecho versátil contra el hecho de importancia social); este fenómeno incluye a la primera plana. De igual manera, la búsqueda del *scoop* se convierte en un elemento esencial entre las estrategias de competencia en el seno de las redacciones televisivas (mencionemos, por ejemplo, el encuentro de Patrick Poivre d'Arvor con Sadam Hussein, o mejor aún, la falsa entrevista a Fidel Castro).

El tratamiento de la política reconstruye los mismos códigos discursivos y estéticos que la publicidad. Así, con motivo del referéndum de Maastricht, fue necesario esperar hasta las últimas semanas – cuando las encuestas mostraban que la diferencia entre los "sí" y los "no" se reducía hasta el punto de alcanzar el equilibrio –, para que las redacciones de los telediarios dejaran por fin la mecánica perversa de las pequeñas frases asesinas, intercambiadas entre los políticos, para presentar el espíritu y las posturas del tratado. Ciertos periodistas se reconcilian *in extremis* con el rol que tradicionalmente se les ha atribuido: el de mediadores de problemas sociales.

1.3. *Espectacularización de la información*

En este contexto, en el que la información se sujeta a la ley de la audiencia, un gran número de reportajes tiende a la espectacularización de la realidad. Así ocurrió en enero de 1989, cuando el planeta entero pudo presenciar la lenta agonía de la pequeña colombiana Omeyra Sánchez. Las imágenes *shock* aparecerían todavía en primera plana en diciembre de 1989, en el momento de la exhibición de los cadáveres de Timisoara: estas imágenes servirán de argumento a los periodistas franceses para anunciar de cuarenta a sesenta mil víctimas en Rumania, cifra que se vio reducida a un millar de muertos algunas semanas más tarde.

Siendo admisible la inflación, algunos no se detienen ante nada para escenificar el acontecimiento, léase construirlo. Tal fue el caso de un reportaje *shock* dedicado a "la extraña fauna de los subterráneos parisinos" difundido en junio de 1990: los supuestos habitantes subterráneos eran, en realidad, actores debidamente pagados para montar las escenas en las canteras de Meudon, cerca de París.

2. La razón televisiva

La especificidad de la televisión como instrumento altamente tecnológico también contribuye al éxito de ésta con respecto a los otros medios. A la televisión la caracterizan el flujo continuo de imágenes, la abolición del tiempo y del espacio en virtud de la transmisión en directo, la técnica altamente dominante y una estructura de difusión bastante unidireccional.

2.1. *La lógica de raudal*

La televisión funciona ininterrumpidamente, aun cuando, hasta 1984, las cadenas suspendían sus programas durante la noche. Es el sistema del grifo de imágenes en el que todo se encadena sin interrupción en un mismo despacho. Las informaciones se suceden sin jerarquía alguna. Esto es

precisamente lo que Baudrillard subrayaba en *La société de consommation*, en donde insiste sobre la disolución de los sentidos, en medio de una sucesión de signos que se presentan como equivalentes y sustituibles. Lo que hace la verdad de la televisión, según Baudrillard, es que "cada mensaje tiene inicialmente por función remitir a otro mensaje: Vietnam, a la publicidad; ésta al periodismo hablado, etcétera. Su yuxtaposición sistemática es el modo discursivo del medio, su mensaje, su sentido".

En este contexto, la información televisada practica la confusión de los géneros, colocando en desorden la actualidad internacional y los hechos diversos, las posturas sociales y los juegos de palabras. Los formatos de los temas acentúan la dificultad de distinguir entre lo esencial y lo anecdótico al telespectador. Ahí en donde la prensa escrita establece una clara jerarquía, que encuentra su coherencia en la extensión dedicada a los artículos (de cinco columnas en la primera plana, a dos líneas en los "breves"), el telediario dedica un tiempo y un tratamiento idénticos para toda noticia, sin considerar su importancia: cualquier tema se presenta en uno o dos minutos, Lo que es más, hace todavía unos quince años, los telediarios presentaban de tres a cuatro temas en treinta minutos; en el mismo lapso, hoy día se abordan quince asuntos distintos.

Así pues, ¿cómo sorprenderse de que el telespectador no retenga sino la información espectacular y, sobre todo, aquello que lo implica en primer término? : el secuestro de un niño (menos de diez casos al año en Francia), interesa más que las informaciones sobre las carreteras peligrosas o' sobre el aumento de la xenofobia en la región.

2.2. Ubicuidad, ambigüedad

Debido a que durante mucho tiempo la televisión se encontró imposibilitada para grabar su producción, la obligación de una difusión inmediata la inscribía *de facto* en la instantaneidad, en la inmediatez. La televisión poseía, naturalmente, ese don de la ubicuidad, que es por demás lo que constituye *su* encanto y los grandes momentos televisivos. Sin embargo, la posibilidad de captar la realidad en directo es en ocasiones ilusoria, en la medida en que el dispositivo televisivo (la infraestructura de producción y de difusión) afecta con frecuencia al contenido del mensaje: las constricciones técnicas rigen sobre el acontecimiento.

Se trata de lo que, en otros tiempos, el cineasta Jean-Luc Godard denunció con relación a los dúplex televisivos, en los que el único acontecimiento efectivo es el encuentro "en directo" de interlocutores, comentaristas o expertos, quienes discuten la información a través de interpósita pantalla. La guerra del Golfo ilustró *ad nauseam* la predominancia de la función fática en el contenido informativo (demasiada comunicación mata a la información). El corresponsal del medio X establecía cotidianamente contacto con su redacción, vía satélite, aun sin tener nada que agregar sobre el desarrollo de las operaciones. La guerra del Golfo puso en evidencia esta sorprendente capacidad para administrar el dispositivo de la comunicación televisiva planetaria, en un mínimo de tiempo, en medio de un clima en el que se hacía difícil olvidar que en la era de las tecnologías punta toda información se somete a la censura militar, y que sin acceso a las fuentes no hay periodismo.

Así pues, la imagen está ausente, y paradójicamente es la palabra la que colma la transmisión, provoca las incertidumbres de los periodistas frente al vacío de las pantallas y de las suposiciones frecuentemente poco realistas de generales retirados transformados en consejeros militares.

2.3. Supremacía tecnológica e intransitividad

La guerra del Golfo mostró también enfáticamente algo evidente: que quienes poseen las tecnologías militares poseen también las tecnologías de información y comunicación. Es entonces natural que fuesen los americanos quienes abastecieran a la vez la logística militar y la cobertura mediática. La CNN dispuso de un *quasi* monopolio de la información sobre la guerra ayudada por los estrategas militares, que ciñeron a la prensa a su sistema de *froot*. Este embargo sobre una gran parte del dispositivo de información y de comunicación reforzó sustancialmente la tendencia del medio a funcionar bajo un modelo vertical, muy jerarquizado, en el que la retroacción está prácticamente ausente. Esta unidireccionalidad del medio, aliado a esta organización particular de periodistas, contribuyó a la movilización de las opiniones públicas americana y europeas en favor del esfuerzo de la guerra. Por razones que no analizaremos aquí, la información caracterizada por la multiplicidad de puntos de vista y de fuentes ha cedido a la propaganda, que supone un medio de masas único y controlado.

3. El efecto de la realidad

Recientemente, en un coloquio denominado "Guerres et télévision", Ignacio Ramonet, director del suplemento *Le Monde Diplomatique*, intervino para subrayar hasta qué punto el hecho "del estar ahí, no es suficiente para saber". Ramonet establecía hasta dónde las transmisiones de televisión en directo contribuyen a alimentar el mito de que la cámara puede "conectarse" a la realidad, pasando por la mediación periodística, y con un control mínimo.

3.1. El mito de la transmisión en directo

El camarógrafo, al situarse en el lugar de los hechos deja ver la realidad misma; en la caída del muro de Berlín, o en los acontecimientos de Pekín, se permitió asistir a los telespectadores a la historia en directo, ante sus propios ojos.

En este efecto de lo real, el periodista se desvanece y cede la palabra a los testimonios, garantía última de un afianzamiento en la actualidad. El proceso de autoeliminación del periodista, que desaparece detrás del "objetivo", reafirma la idea de que una cámara puede captar lo real, es decir, desplazarse por doquier (injustamente se supone que ni la cámara ni aquellos que asisten a los hechos toman partido). Así pues, cualquiera sabe que en Rumania, en China, lo mismo que en Francia o en España, hay numerosos lugares o instituciones que, o bien están prohibidos a la vista, o son de difícil acceso (por ejemplo: los hospitales, los cuarteles...). De esta manera, lo que se nos muestra sería el reflejo de lo que sucede verdaderamente. La imagen, por sí misma, puede dar cuenta de acontecimientos tan complejos que siempre es importante analizar bien, antes de intentar comprenderlos. Tampoco olvidemos que las cámaras de los periodistas extranjeros son utilizadas en las estrategias propagandísticas de los países a los que cubren: tales fueron los casos en Irak y en Rumania.

3.2. Puesta en escena y puesta en perspectiva

El periodista/camarógrafo no puede verlo todo, y cuando puede hacerlo tiene que seleccionar, filtrar. En fin, la imagen televisiva se sujeta a una sintaxis audiovisual así como a los dispositivos de la puesta en escena. Nada nuevo en realidad, sino sólo en ocasiones, en el contexto de la competencia entre los noticieros televisivos o ante la ausencia de imágenes, las desviaciones de la puesta en escena de la información como por ejemplo: las imágenes de archivo que no son identificadas como tales, la utilización de imágenes de archivo extranjeras para ilustrar reportajes (el cormorán bretón para la marea negra del Golfo Pérsico, los militantes del Hezbollah Libanés,

terciando Kalachnikoff, para ilustrar las manifestaciones argelinas).

En el estudio de televisión el acento se pone en la ambientación, en el rol de animación del periodista/conductor. A lo largo de los años dos constantes se imponen:

– la salida técnica de la emisión es pretenciosa, forma parte de la ambientación, mientras que hace unos quince años el camarógrafo evitaba captar dentro del campo visual de la cámara cualquier micrófono o monitor. La puesta en escena del fin de la emisión permite creer en la idea de la transparencia del dispositivo de producción y de difusión: el hecho de que la comunicación se deje ver significa que no hay nada que ocultar.

– el conductor se presenta como el ordenador maestro de esta gran plataforma cibernética: controla el flujo de los reportajes procedentes del mundo entero, regula y anima las intervenciones de los invitados; es él quien personifica a la información (¡no digamos en el noticiero de Patrick Poivre d'Arvor o en el de Guillaume Durand!). El conductor se convierte en el héroe de la pantalla chica, y a veces al pie de la letra, como en aquella ocasión en que Patrick Poivre d'Arvor trasladó en un maletín deportivo a un bebé de rehenes detenidos en Irak, tras una entrevista sostenida con Sadam Hussein. La identificación es tal, que el canal Cinco – en una campana de carteles, bajo la imagen de su presentador estrella – acude a la negación para precisar que "en el Cinco, la estrella es la información".

Si bien las técnicas del montaje permiten paliar la insuficiencia del propósito y la ausencia de imágenes, y darle una intensidad al acontecimiento, son también estas técnicas las que infunden el descrédito sobre la naturaleza de la información televisada (es la lógica del *scoop* la que privilegia esta dimensión en detrimento de la temporalidad). Informar es dar forma, es también poner en perspectiva, proporcionar el distanciamiento crítico necesario para la comprensión del acontecimiento. Lo efímero catódico, reforzado por la búsqueda de la audiencia y las estrategias personales de las estrellas de la pequeña pantalla, se abre paso sobre un trabajo de explicación, de retroceso en relación al contexto social, económico, político y cultural. Sólo este proceso de construcción de sentido puede inscribir la actualidad en un tiempo extensivo, el de la duración.

3.3. La realidad y su reflejo

Numerosas emisiones (telediarios, aunque también reportajes e incluso emisiones de estudio) han sido objetadas a causa de las declaraciones hechas o de las imágenes difundidas. Por ejemplo: la ocasión en la que un militante revisionista solicitó un minuto de silencio por los deportados y muertos alemanes de la Segunda Guerra Mundial, durante un debate sobre la extrema derecha, seguido de un pugilato en el estudio del canal Uno; las varias proyecciones sobre una escena de emasculación en un reportaje sobre los eunucos en India, la cámara pasiva del canal Cinco que filmó, para un reportaje sobre la delincuencia, a un joven negro derribado y golpeado por un grupo de "skinheads", etc.

En su defensa, los periodistas retoman un argumento invocado frecuentemente por los publicitarios: las imágenes impactantes que ellos muestran, las declaraciones provocadoras de ciertos turiferarios de ideologías excluyentes, la violencia en las zonas suburbanas, etc., preexisten a la observación periodística y reflejan la sociedad. Por su parte, los publicitarios afirman que ellos no inventan los prejuicios admitidos conscientemente por una mayoría de personas con relación a la mujer, y reivindicán el derecho de poner en escena los fantasmas y comportamientos sexuales para fines comerciales. Criticando esta posición, retomaremos los argumentos de un autor que escribía en una obra sobre la normalización publicitaria: "reflejar [...] con tanta constancia, es ya

reforzar". Mostrar, pues, es elegir, seleccionar, filtrar, sea con el fin de conmover (las imágenes *shock* tienen verdaderamente esta cualidad que les prestamos para luchar contra la violencia), o bien lo que hay que esperar dentro de una preocupación por la deontología periodística y de la ética. El periodista es mediador y ciudadano.

4. La deontología periodística

Los acontecimientos recientes que acabamos de evocar hicieron cristalizar un conjunto de interrogantes relativas a la calidad de la información televisiva. Aquellas desviaciones informativas se deben colocar, naturalmente, en paralelo con la desreglamentación del sistema televisivo francés, el cual está profundamente moldeado por las lógicas publicitarias. Recordemos que en Francia las cadenas de servicio público obtienen una gran parte de sus recursos de la publicidad (más del sesenta por ciento para *France 2*). Consideremos, también, que la llegada de las cadenas privadas suscitó una competencia desenfrenada para atraer a los ariunciantes.

Arrebatados por el torbellino de la información-espectáculo, los periodistas de los medios audiovisuales han olvidado, con demasiada frecuencia, las reglas de base que rigen el ejercicio de su profesión.

4.1. El rol de los periodistas

En una democracia, el periodista es aquel que informa con un espíritu de imparcialidad y honestidad. Por otra parte, sería más atinado hablar de periodistas (en plural), ya que la calidad de la información va en relación directa con la pluralidad de puntos de vista. Esta situación supone algunas reglas que recordaremos brevemente:

- La verificación sistemática de las fuentes de información: contrastándolo con otros informadores, siempre que esto sea posible, o, más sencillamente, acudiendo al lugar de los hechos. Si un trabajo como éste se hubiese efectuado, las imágenes de la "masacre de Timisoara" jamás habrían pasado al aire; la manipulación habría sido inmediatamente demostrada.
- La necesidad de identificar el origen de las fuentes. Así, durante la guerra del Golfo hubiera sido honesto, por una parte, especificar en qué momentos se utilizaban imágenes de archivo y, por otra, indicar que las informaciones deberían ser tomadas con bastante prudencia y reserva, ya que eran los militares quienes las suministraban a los periodistas. De hecho, ciertos medios impresos indicaron a sus lectores, para mayor claridad, que los artículos escritos por los corresponsales estaban sometidos a censura.
- La necesidad de observar en perspectiva a la información, en virtud del principio de que un evento de actualidad no gana toda su profundidad, su pertinencia, sino a partir de un contexto más amplio. Esto, por supuesto, plantea el problema del seguimiento de la información: una vez que los proyectores se apagan, el acontecimiento cae en el olvido. Son muchos quienes ya no saben por qué los libaneses se encuentran divididos por la guerra. En un caso más reciente, y debido a la ausencia de perspectiva, los telespectadores no conocen bien el porqué de la implosión en Yugoslavia.

4.2. La seriedad de la información

La curiosidad, la investigación sobre el terreno, el trabajo de análisis y de comprensión, son ahora cualidades difíciles de encontrar en los periodistas de los noticieros televisados, que se preocupan

más por "crear imagen" y por la sanción del "audimat". La seducción prevalece sobre un cierto rigor de presentación de la información. Los títulos, alternando con la voz en *off* del conductor, obedecen a una retórica particular: la del juego de la facilidad de palabra. El guiño, la convivencia humorística con el telespectador están orientados a desdramatizar la información, al igual que la inteligente dosificación entre la actualidad trágica y los hechos diversos (y superfluos) que permiten proponer un atractivo menú: en ningún caso se debe cansar, importunar al telespectador, quien podría precipitarse en búsqueda de un canal menos aburrido.

4.3. *Qué televisión para qué información?*

Aclaremos de entrada una ambigüedad: la calidad de la información televisada es tributaria directa del modelo televisivo que la produce. Creemos que solamente un servicio público fuerte, imaginativo y alentado por la exigencia de informar a los ciudadanos con rigor, honestidad y pluralidad, puede reintroducir a la televisión como el medio esencial del espacio público mediático. Así pues, no hay que equivocarse el blanco: la televisión privada tiene por vocación la producción de ganancias, y en este contexto, la información, como cualquier otro género televisivo, se inscribe dentro de una estrategia de programación, aun cuando las consecuencias de este sistema sean eminentemente criticables. El verdadero problema, al menos en Francia, es el del fracaso del servicio público; este fenómeno es tanto más grave debido a que la prensa escrita atraviesa una crisis importante (el diario francés más leído; *Ouest France*, es un diario regional con una tirada de ochocientos mil ejemplares). En este contexto, la televisión es con frecuencia el único acceso a la información para un gran número de personas. La problemática de la calidad del servicio público rebasa el ámbito de la información televisada: implica, de igual manera, a los programas de entretenimiento y a las emisiones culturales. Un servicio televisivo público que se interese por cumplir con su misión, como es el caso en Inglaterra, atraerá a los programas de altura de las cadenas privadas, escapando así de la ley de las emisiones que se fabrican bajo el principio del mínimo común denominador.

Conclusión

Si la muestra es pesimista, no queda sino decir que, después de todo, nada es ineluctable y que existen numerosos medios para salir de esta crisis.

Para empezar, el fenómeno es reciente en Francia, corresponde a los cinco años posteriores a la desreglamentación. Después de un periodo de bastante anarquía, ya se manifiestan las reacciones de los telespectadores, principalmente a través de asociaciones de usuarios de la televisión que reclaman al servicio público la realización de su trabajo.

Tras los acontecimientos bélicos que hemos comentado, y después de los casos de desviaciones de la información-espectáculo, los periodistas han comenzado a plantear los términos para una reflexión crítica sobre su profesión.

Para finalizar, parece importante reintroducir la idea de una complementariedad y una jerarquía de los medios de comunicación. Es evidente que la imagen sola no puede proporcionar una visión total de la complejidad de los problemas del mundo.