

Título:

La realidad en su punto más débil. Dispositivos audiovisuales y lógicas productivas en la información televisiva

Autor

Magíster Hernán Pajoni

Instituto de Comunicación Social de la Universidad Católica Argentina

hpajoni@gmail.com

hernan_pajoni@uca.edu.ar

Resumen

La generación de noticias en televisión es abordada desde el concepto de producción de realidad, con todas las consecuencias que ello implica en la formación de los discursos reinantes.

Con este propósito se analizan dos matrices fundamentales: la imagen como modo de representación y de percepción de nuestro entorno, y las rutinas productivas de la industria noticiosa. El resultado es un conjunto de acontecimientos que, lejos de la transparencia enunciada, se compone de mediaciones, simulaciones y representaciones que configuran los rasgos más definidos de la realidad compartida en una sociedad mediatizada.

Palabras clave

Representación – Realidad – Noticias

La realidad en su punto más débil. Dispositivos audiovisuales y lógicas productivas en la información televisiva

La primera problemática de lo audiovisual está relacionada con su poder mimético. La representación automatizada de la realidad se inicia con los sistemas técnicos nacidos con la fotografía, y se profundizan con las técnicas de reproducción de la imagen en movimiento a través del cine. Pero con la hegemonía de la representación audiovisual a partir de la explosión de la televisión como sistema industrial de producción de cultura, recrudescen el debate sobre la relación entre la realidad y su representación, pues la producción de realidad/ficción a través del lenguaje audiovisual tiene una problemática central: los códigos audiovisuales tienen algunas de las propiedades de los objetos representados y por lo tanto el efecto de verdad que producen, asociado a la impresión de realidad, son incomparables con cualquier otro modo de producción de mensajes. Al reproducir algunas de los componentes propios de la relación perceptiva que el sujeto mantiene con su entorno material y cotidiano, el grado de verdad producido es extraordinario. De este modo, la semejanza de los códigos audiovisuales con los objetos representados se constituye como una relación menos arbitraria que los códigos lingüísticos. De este modo, la verosimilitud de los mundos referenciales que crea el lenguaje audiovisual tiene una naturaleza mimética con algunos aspectos de “fidelidad” con el objeto representado. Por lo tanto, se puede postular que lo audiovisual se presenta como el lenguaje menos exigente para el receptor en el proceso de interpretación, pues se exponen en pantalla mundos posibles y verosímiles sostenidos sobre el proceso de semejanza mencionado. No obstante, si bien puede considerarse que es el lenguaje que exige el menor grado de entrenamiento en el receptor, las imágenes son disparadores emotivos y cognitivos, y se han transformado -por la linealidad temporal de la consecución de imágenes- en vehículos ideales para la difusión de relatos para el conocimiento del hombre y su mundo.

La tendencia de la información televisiva en consagrarse como el vehículo de representación transparente de la realidad se funda en la relación del sujeto con los mensajes audiovisuales: una relación mimética y fuertemente incorporada a los esquemas perceptivos contemporáneos. En este sentido, el análisis de la información *televisada* implica necesariamente la búsqueda de los fundamentos mismos de la re-

presentación visual de la realidad, es decir, que lleva la marca de los hábitos perceptivos que nos constituyen como seres humanos en sociedad. Pero también es indispensable considerar varios aspectos vinculados a los procesos productivos y a las lógicas de funcionamiento del sistema televisivo.

Los sistemas tecnológicos al servicio de la industria cultural inauguran lógicas productivas que le imponen a la realidad representada nuevos modos de configurarse y nuevas perspectivas de visibilidad. El problema de la potencia de los medios de comunicación en la imposición de sus visiones de lo real y de su capacidad para formular las bases de un consenso sobre los modos de ver y conocer la realidad a través de sus producciones audiovisuales es una preocupación latente.

El papel de la sociedad reconociendo esos productos mediáticos como fórmulas modeladoras de los acontecimientos de la actualidad obedece a una construcción histórica que forma parte de los hábitos de consumo, es decir, que puede transformarse en *modos de conocer de una comunidad*. Los acontecimientos para ser visibles en la producción televisiva atraviesan un proceso de elaboración, su sola organización narrativa obedece a una construcción particular. La traducción lingüística necesaria para la enunciación del acontecimiento obedece a una lógica secuencial y racional de construcción gramatical propia del lenguaje audiovisual y sus operaciones productivas. El encadenamiento de esas tramas argumentales es el modo de explicitación del enfoque sobre el acontecimiento y luego la fuerte prescripción productiva que imponen los estándares televisivos completa el proceso de construcción sobre una realidad siempre más compleja e integral.

Si la reproducción visual o icónica de los objetos representados funda como ningún otro lenguaje una contigüidad física y perceptiva con su referente, lo audiovisual se erige así como una herramienta susceptible de mayores y mejores niveles de creencia y verdad en sus construcciones discursivas. Por lo tanto, es necesario advertir que las operaciones semióticas en la construcción de materias significantes icónicas, que constitutivamente tienden a la representación de mundos referenciales, pueden generar en sus esfuerzos de recreación procesos de simulación de cierto riesgo. Porque la simulación puede operar en dos instancias, una de carácter estructural propio de sus modos gramaticales y de sus funciones referenciales, y otro en formas manipulatorias e interesadas: “un lenguaje debe simular, aunque con gradaciones diversas, que van de la imitación lo más convincente posible de un referente sobre el cual se oculta todo el plano de sus significados a la construcción de significados atendibles, a los que no

corresponde ningún referente” ; pero un lenguaje puede también simular en el sentido negativo del término, tendiendo a implicar a los eventuales destinatarios en operaciones de persuasión respecto a los significados falsos u objetivamente inatendibles” (Bettetini, 1989:69).

Para aclarar los términos del problema que interesa en esta instancia de análisis, la facilidad reproductiva que conlleva lo icónico, y más aún, la imagen en movimiento, plantea una necesaria búsqueda de fronteras entre la simulación como proceso productivo, es decir, los condicionantes técnicos y profesionales en la generación de imágenes, por un lado, y las operaciones de sobreconfiguración de lo real por sobre la impronta que impone irreductiblemente el mundo referencial. Como sostiene Bettetini, “... cada lenguaje está implicado siempre en problemas de simulación, sobre todo los icónicos, también cuando entiende o cree construir significados adecuados a los referentes de su performance expresiva (simulación como imitación, como analogía, como representación)”(1989:69), no obstante hay una simulación que excede las fronteras de la elaboración de un mensaje: “... casos específicos en los que el lenguaje es intencionadamente inadecuado respecto a la realidad de la que habla (engaño, hipocresía, trampa)” (69). De este modo, los conceptos de analogía, semejanza y simulación problematizan el lenguaje icónico y audiovisual desde su misma constitución. La inquietud crece cuando los mundos referenciales tienen cada vez mayor visibilidad a través de las mediaciones/producciones televisivas.

Representar la realidad es estructuralmente un proceso de creación de formas de lo real en el encuadre y en la combinación de cada uno de ellos en un movimiento que recrea tanto algunas de las cualidades de los objetos como algunas de las condiciones de percepción humanas. De este modo, transformar un acontecimiento ordinario en evento comunicativo es comunicar una representación de la realidad bajo ciertas lógicas productivas y perceptivas, construyendo un modelo interpretativo, porque ningún lenguaje garantiza la existencia del referente sino la “posibilidad de verificación de su posibilidad de existencia” (G.Derossi en Bettetini, 1989:72), es decir, es una propuesta a verificarse en el plano de determinadas condiciones históricas.

La semejanza: entre la aproximación a los objetos y las convenciones culturales

La semejanza que alcanza lo icónico con los objetos que representa genera un proceso de fuerte naturalización en el vínculo del lenguaje con el receptor. La naturaleza reproductivista de los lenguajes basados en la imagen mantiene una relación de fuerte

imbricación con sus referentes, por lo tanto, la distancia crítica en los procesos de recepción parece estar atenuada. Como señalé anteriormente, las lógicas representacionales que adquiere el lenguaje icónico son construcciones históricas y culturales que se manifiestan en el principio del testigo ocular. El signo icónico no tiene ninguna vinculación natural con los objetos porque la semejanza es un reconocimiento adquirido.

Para Vilches (1999), “la semejanza no se da por las propiedades físicas sino que se da por la activación de una estructura perceptiva en el espectador” (18), a través de la puesta en funcionamiento de ciertas convenciones de orden cognitivo y perceptivo: “Se aplican ciertas reglas de pertinencia perceptiva mientras que se desactivan otras” (19).

En la búsqueda de un marco conceptual para afrontar el análisis de la producción audiovisual de la realidad, se hace imprescindible reflexionar sobre la problemática de la representación en términos de resultantes históricas y culturales en nuestro modos de ver/representar. Y en el mismo intento analizar nuestros modos de percibir y comprender, lo que implica atravesar el problema de arbitrariedad de los signos icónicos con sus referentes. Una arbitrariedad propia del lenguaje pero que se ha instalado como *transparencia* y no como *mediación*, es decir, como una operación de objetivación asignada al lenguaje icónico, desplazando el interés y la impronta que las reglas culturales dejan en la relación entre signo y objeto. Más que impronta se trata de reglas modeladoras y ordenadoras de la inteligibilidad de nuestro entorno, por esta razón, “una semiótica de la imagen debe estudiar los sistemas culturales que actúan en los sistemas de representación” (Vilches, 1999:25).

El código de la semejanza es la llave de la verdad en el discurso visual, es el salto cualitativo de la percepción a la comprensión que se concreta a través de de la aplicación de un conjunto de reglas culturales que permiten la comparación del signo con un objeto ideal y con un conjunto de operaciones intertextuales que componen los sentidos circulantes en la sociedad.

La relación del lenguaje con el mundo referencial tiene una dimensión que involucra el problema de la construcción de modelos de realidad, que luego naturalizados se constituyen en la base material e histórica a partir de la cual se forman los parámetros de pensamiento y acción humanos, con consecuencias estructurantes para la vida social. Por esta razón, aquí no se plantea el problema de la relación del lenguaje audiovisual con su referente exterior por un goce en la reflexión semiótica,

sino por su efecto determinante en la configuración colectiva sobre las características de la realidad.

La televisión como ideología representacional: la cultura como clave de lectura

La presentación de la realidad en cualquier tipo de mediación lleva implícito un “real” producido en una segunda instancia y, en el mejor de los casos, con un esfuerzo riguroso por respetar el objeto representado. Pero la diferencia entre la realidad y sus representaciones tiene una frontera difusa que tiende a constituirse como un fenómeno indiferenciado en los momentos del consumo y de la apropiación de sus contenidos. La generación de contenidos audiovisuales referentes al mundo exterior se transforman, por la fuerza de su inserción social, en un lenguaje naturalizado, en una forma genuina y legitimada de aparición de lo real. Por lo tanto, a la problemática propia de lo icónico como herramienta propiciatoria de la semejanza y la analogía con lo real, se suma la televisión como fenómeno social que arrebatara la realidad y la instituye con sus propios modos de aparición. Esto implica que la diferencia entre la realidad y sus representaciones es una problemática que deja paso a un fenómeno más complejo: el de la producción de sentido.

Como sostiene Jesús González Requena (1998), la televisión es un fenómeno social de absoluta accesibilidad y legibilidad, capaz de modificar las relaciones intrafamiliares, y con una presencia inevitable en el hogar. A su vez, estamos frente a una institución ordenadora de las rutinas hogareñas cuya programación se adecua a la jornada de trabajo y al comportamiento de los integrantes de las familias de toda una comunidad. Frente a tal grado de inserción en la cultura de una sociedad, no estamos frente a un medio que reproduce lo real, sino ante una usina generadora de sentido, una industria de la realidad con un alto grado de integración sobre la mentalidad de una época. Para Eliseo Verón (2001:20) se trata de una ruptura del concepto de representación por el de espacios mentales, que funda una ideología representacional que transfiere las prácticas colectivas al universo de los medios. Por lo tanto, para Verón el cine se queda con la representación y la televisión con la producción de sentido fomentada a través de un vínculo particular con sus espectadores: el contacto permanente.

Con la televisión, la realidad como espacio producido por el medio, tiene una permanente visibilidad, se transforma en una presencia ineludible, en una fuente de

consulta sobre la verdad y sobre las características particulares de los acontecimientos que son simultáneos a la actividad de los sujetos de una comunidad. Este modo de contacto con los acontecimientos televisados, tiene la fuerza de un hábito naturalizado, es decir, que la realidad es conjuntamente con sus modos televisivos de aparición. Así, la mediación televisiva de los acontecimientos no es concebida en términos de intermediación, sino como un modo naturalizado de aparición de lo real. Si como lo afirma Umberto Eco (1998: 368) “el hábito detiene al menos transitoriamente el proceso sin fin de las interpretaciones”, el consumo televisivo se plantea como una forma interpretativa que se subordina al funcionamiento de un conjunto de hábitos construidos socialmente. Por lo tanto, las concordancias interpretativas son construcciones intersubjetivas, “casi objetivas” en su peso histórico, que tienen prevalencia sobre otras lecturas. Se trata de regulaciones de las formas de consumo a través de las cuales la televisión, y los acontecimientos televisados, se cristalizan como modos de aparición de lo real. Por lo tanto, las interpretaciones no están definidas por estructuras mentales individuales, sino por condiciones colectivas e históricas, entendidas en términos de comunidades interpretativas (Eco: 369).

El impacto estructurante de la vida social que produce la televisión, y a su vez la fortaleza de su discurso sobre la realidad, la transforma en un catalizador de la convergencia de distintos sentidos circulantes, y reproductor de realidades que se hace indispensable problematizar.

De cómo el género produce verdad

Los noticieros como propietarios del discurso referencial adquieren –en este marco- una preponderancia especial. En ellos convergen gran parte del conjunto de las variables que constituyen los mundos posibles, las fronteras de la comprensión e interpretación de la realidad, en definitiva, lo que somos capaces de ver y entender.

Tener en cuenta la dependencia y la vulnerabilidad de las audiencias televisivas frente al sistema de prioridades temáticas, es un modo de reflexionar sobre las propias prácticas, problematizarlas e instalar una conciencia crítica -en los propios hacedores y en los consumidores- sobre los esquemas productivos y sus efectos. Puede ser también un modo de advertencia sobre las manipulaciones, interesadas y desinteresadas, que

generan distorsiones alarmantes detrás del discurso del entretenimiento y de la atracción audiovisual de los productos informativos.

Los destinatarios de los mensajes consumen en función de estructuras de entendimiento, que son formas de interpretación legitimadas, consensuadas y que funcionan como lógicas naturalizadas de comprensión. Porque para Stuart Hall, “lo que el código naturalizado demuestra es el grado de hábito producido entre los extremos de codificación y decodificación en un intercambio comunicativo”(Hall, 1993:182). Es decir que la efectividad de los mensajes se basa en valores performativos determinantes a la hora de comprender el universo de los sentidos y el rol de los medios masivos de comunicación.

El *género* remite a categorías universalmente aceptadas e internalizadas, basadas en el reconocimiento de las características de un producto cultural y de la consiguiente relación con sus consumidores. Se trata de estructuras narrativas convencionalizadas y reconocidas socialmente, que permiten la delimitación de sentido, la orientación interpretativa y aporta formas predecibles en el devenir de la historia y en la seguridad de los posibles desenlaces. En términos de Feuer, “el género sirve para limitar el libre juego de la significación y para restringir la semiosis (...) limita el campo de juego de la comunidad interpretativa” (Feuer, 1987), y en el mismo sentido se expresa Hartley: “los géneros son agentes de clausura ideológica, limitan el sentido potencial de un texto dado y limitan el riesgo comercial de las corporaciones productoras” (Hartley, 1997).

La televisión exige entonces -por su propia dinámica productiva- estandarizar sus estructuras narrativas, muy apegadas a la alianza con las expectativas culturales de la audiencia. Los *modelos* que fundan y sostienen ese pacto entre sistema de producción, estructura del texto y el proceso de recepción son los *géneros*. Los *géneros* funcionan -entonces- como “sistemas de expectativas para los destinatarios y como modelos de producción textual para los emisores” (Wolf, 1984:160), cuando estos modelos de producción se institucionalizan y se incorporan al sistema comunicativo.

El desplazamiento de la realidad: la información como género

En el periodismo televisivo, el modo de comprender la relación de la industria y sus consumidores debería ser analizado también bajo el concepto de género por varios motivos. Por un lado, como clave de comprensión de los procedimientos por los cuales

los espectadores consideran el producto informativo como referente de lo real, es decir, el proceso de desficcionalización de la noticia (Verón, 1981), se trata de una forma textual, estética y política de poner en la pantalla miradas de la realidad. Por otro lado, porque las formas narrativas deben responder a ciertos hábitos de consumo y ciertas formas legitimadas de comprender el funcionamiento de la sociedad y sus actores. Es decir, el pacto de género en el periodismo televisivo responde a las mismas particularidades de consumo que los demás géneros y, a la vez, exige en su singularidad la primacía de ciertas estrategias vinculadas a sus obligaciones con la referencialidad externa, con la realidad.

La clausura ideológica y narrativa que aporta el género como modo de consumo está íntimamente ligada a la potencialidad del producto informativo en construir *realidades posibles y creíbles* para la audiencia, es decir, sistemas referenciales que no defrauden el pacto de verdad que se propone: en el caso del periodismo, estamos hablando de ese *campo posible de realidades* en términos de *verosimilitud*.

Gianfranco Bettetini realiza una genealogía de este concepto al recuperar la noción de Aristóteles: "...lo verosímil es para Aristóteles una especie de universal probable: aquello que sucede generalmente y sobre lo que, por consiguiente, los hombres están generalmente de acuerdo, lo que ha pasado al uso (Bettetini, Fumagalli, 2001:49-50). Lo universal probable, para Bettetini, deja de ser lo que sucede habitualmente, para constituirse a partir del pensamiento de Barthes como "la noción que depende fuertemente del contexto cultural y de la influencia de textos anteriores" (Bettetini, Fumagalli, 2001:52), o sea, de la intertextualidad.

De esta manera, la noción de verosimilitud es un concepto clave para comprender el proceso de producción/circulación/consumo de mensajes televisivos: se trata de estructuras de sentido constitutivas de la cultura contemporánea. Así no habrá una instancia de la producción que pueda autonomizarse de los otros núcleos fundantes del pacto, es decir, no se puede abordar el análisis de un mensaje televisivo discurso autónomo de las condiciones socioculturales desde donde se elabora el producto. Todo lo contrario, pese a la unilateralidad de la relación comunicacional electrónica la industria televisiva está obligada a aferrarse a las condiciones culturales que definen el pacto con la audiencia, es decir, las condiciones de lo verosímil. Para Bettetini, "lo verosímil sería la señalización de lo posible en el discurso: un límite que se corre a medida que algún texto logre conquistar un poco más de verdad y hace posible que se retome en textos posteriores", de esta manera las posibilidades de verdad iluminan

nuevas realidades, entendidas como nuevos campos de verosimilitud independientemente de las pruebas referenciales externas, porque “...de hecho, un texto depende más de los textos precedentes que de la observación directa de la realidad” (Bettetini, Fumagalli, 2001:62). Un mundo posible se superpone con los sucesos del universo referencial en una compleja trama de construcción y relación recíproca. Por ello, narrar no es ni puede ser reproducir la realidad porque el mundo real de referencia es una construcción cultural. Entonces lo real es una posibilidad emergente del contexto histórico y cultural de una comunidad desde el cual se conoce, se cree y se interpreta. El noticiero entonces es un mundo hecho de lenguaje audiovisual pero intrínsecamente relacionado con la realidad significada, proveyendo a través del texto un modelo sociocognitivo. De esta manera, la comunicación periodística se transforma en un modo de conocer la realidad en el contexto performativo del verosímil dominante en tanto hábito de consumo y expectativas de género.¹

La función del periodismo televisivo en la configuración de la realidad

Desde la perspectiva planteada, el rol de los medios masivos en la reproducción y consolidación de una visión ordenadora de la sociedad es fundamental. Y el periodismo en su función institucional de “dar cuenta” de los acontecimientos prioritarios de la vida social se transforma así en el actor principal de la formación de saberes y acciones a partir de esa realidad notificada a través de la televisión. La realidad hecha pantalla se presenta con una *fuerza de verdad* tal que nos exige permanentemente advertir de las mediaciones y las huellas productoras de esa verdad visualmente irrefutable.

El periodismo televisivo se ha transformado en una institución que dialoga, interpela y condiciona a los actores de la vida pública transformándose él mismo en un actor relevante en la definición de la agenda del interés público. Semejante lugar social y político nos exige repensar las presencias visuales irrefutables que provocan la imagen y las condiciones políticas, económicas e ideológicas de su producción.

¹ Es interesante señalar aquí que un orden dominante no es una máquina de control planificada y sojuzgadora, sino una forma de organización histórica que establece las formas de conocer y organizar la sociedad. Por esta razón, entiendo que la concepción de género como forma de estructuración de sentidos en la relación producción televisiva y audiencia no es una perspectiva ajena a esta visión de un orden dominante.

Por su parte, el concepto de verosimilitud que se ha desarrollado también puede comprenderse desde esta perspectiva, el verosímil como el campo de lo posible históricamente, es decir, como un orden de verdades prefijadas.

Cómo se construye la realidad: los modos productivos del noticiero

El término “noticia” se ha instalado en el sentido común, representando lo que efectivamente pasa como acontecimiento de nuestra realidad. La cristalización de este significado en la sociedad se instituye como verdad, es decir que la noticia se convierte en una institución que contiene los sucesos prioritarios de la vida en sociedad. La fortaleza de este discurso se profundiza particularmente en la televisión, porque el suceso en la pantalla impacta con la fuerza de los recursos audiovisuales.

Según los manuales del periodismo audiovisual², las noticias en televisión deben cumplir con una serie de normas estrictas que apelan a una audiencia transversal social y culturalmente. De manera tal que el registro del lenguaje se transforma en la llave de ingreso a las competencias discursivas de ese espectador amplio. Así obtenemos una serie de sentencias básicas del hacer periodismo en televisión.

La tarea del periodista está intrínsecamente incorporada a un particular modelo de organización económico y tecnológico y sólo en esa estructura se concreta su funcionamiento; pero a la vez, la capacidad del periodista para transmitir una idea o un acontecimiento complejo es propia de una competencia intelectual que no debe desmerecerse. Es por ello que no debemos concebir al periodismo como un oficio, es necesariamente un trabajo intelectual: “...debe ser el periodismo considerado como una mediación cultural de elevada complejidad conceptual, expresiva y técnica (...) *praxis* que inevitablemente conjuga en un todo inextricable la comprensión y la interpretación con las habilidades expresivas y técnicas” (Chillon, 2001:27).

El discernimiento crítico, la capacidad de elaborar una realidad que devela las tramas complejas que la constituyen, forma parte de una función que hace a la responsabilidad del periodista en función del consabido impacto de su discurso en la sociedad. El cumplimiento de los requerimientos de la industria noticiosa en relación con las formas de expresión de los contenidos informativos es muy restrictivo, y como

² Para analizar las distintas instrucciones de la redacción y elaboración de la noticia televisiva, pueden consultarse los siguientes manuales:

- Barroso García J., Proceso de la información de actualidad en televisión, RTVE, Madrid, 1992.
- Llàcia Oliva, Sitjà J., *Las noticias en Televisión*, RTVE, Madrid, 1999.
- García Aviles, J.A., *Periodismo de calidad: estándares informativos*, Navarra, 1996.
- Bandrés, E. García Avilés, J.A.; Pérez G.; Pérez, J. *El periodismo en la televisión digital*, Paidós, Barcelona, 2000.

tal insuficiente en la formación integral del profesional que debe dialogar con la complejidad de realidad.

La simplificación que sugieren los manuales de estilo debe encontrar una resolución en la tensión que se establece con la complejidad de lo real, porque si a la simplificación como delimitación lingüística y expresiva no se le opone la realidad en su compleja conflictividad, el resultado será un empobrecimiento de mundo, un empobrecimiento de la experiencia pública y una disminución manifiesta de la cultura crítica de una comunidad.

La noticia para los manuales de estilo tiene entonces criterios de validación que también dependen principalmente de la ponderación de la atracción que genera en la audiencia.

El modelo que define el contenido de la noticia a partir del interés de la industria por contener la actitud nomádica del consumo televisivo no permite reflexionar sobre la calidad del periodista en la composición del mundo. El periodismo se concibe como *oficio* si se sobreestima la impronta de la industria en el ejercicio profesional, la sobredeterminación del modelo de la *simplificación noticiosa* y la capacidad de síntesis en el relato informativo lesiona la potencia educadora y crítica que debería ser uno de los principales deberes profesionales.

La repetición estigmatizadora y simplificadora de la realidad no puede ser justificada sólo porque los modelos productivos así lo exigen, por el contrario, se debe promover un periodismo que postule el cambio y la responsabilidad institucional en el enriquecimiento del conocimiento y los saberes de la sociedad en términos democratizadores para la comunidad.

Los modos productivos de la noticia

Jaime Barroso García (1992), considera que los modos productivos de los noticieros y la ideología del medio sobredeterminan la organización y el contenido noticioso y que los criterios de las noticias se establecen por prácticas de selección estables: de reconocimiento de producción y de adecuación a los formatos.

Por su parte, Lorenzo Vilches (1989), comprueba fehacientemente las imposiciones de las lógicas productivas a la organización temática y Gianfranco Bettetini va más allá al afirmar que “la información cuando ingresa al circuito de

producción informativa no puede controlarse racionalmente” (Bettetini, Fumagalli, 2001:65). Vilches considera que la organización temática de los acontecimientos en secciones de la noticia es una definición que está por sobre la impronta que impone la realidad en una tendencia que se profundiza. Es decir, que la organización interna de la producción noticiosa se independiza de la impronta de los sucesos que relata la noticia, se autonomiza de la referencialidad del mundo de los acontecimientos. Así la información sufre un proceso de manipulación que genera sobre la realidad:

- Reducción
- Selección
- Condensación temporal y espacial
- Distorsión

La especificidad de las normas de elaboración de la información le otorga a la realidad un modo particular, generando así *un modo televisivo de lo real*, un carácter estandarizado de los sucesos del mundo referencial que está profundamente caracterizado por normas de producción de la industria informativa. De esta manera, los acontecimientos de la vida social son predispuestos en su construcción para ajustarse a los modos de producción televisiva o, lo que es peor, los modos de producción televisiva transforman en sucesos principales y prioritarios de la agenda pública aquellos que se acerquen más a sus rutinas de funcionamiento. Según Vilches (1989), la televisión tiene una tendencia natural a cubrir los acontecimientos más afines a sus propias necesidades y lógicas productivas porque el acontecimiento tiene que ser capaz de soportar el peso del sistema de generación de noticias.

Stuart Hall considera que los acontecimientos sólo son tales, es decir, sólo son evento comunicativo luego de un proceso de elaboración muy complejo que incluye “las estructuras institucionales de broadcasting, con sus tácticas y redes de producción, sus relaciones organizadas e infraestructuras técnicas...”, y además el conjunto de sentidos y prácticas que delimitan y conforman el resultado final del producto informativo: “conocimiento-en-uso acerca de las rutinas de producción, desempeño técnicos históricamente definidos, ideologías profesionales, conocimiento institucional, definiciones y creencias, creencias acerca de la audiencia, etc.” (Hall, 1993:179).

La tensión entre los acontecimientos irrenunciables por su consecuencia e interés para la sociedad y aquellos que adquieren relevancia por el hecho de ajustarse a las necesidades productivas es una de las claves para la comprensión de las características de la dinámica del periodismo televisivo. La noticia es cambio, novedad, variación de las regularidades que componen nuestras rutinas cotidianas en el marco de un contexto histórico e institucional particular. Los grados de variación de estas condiciones establecerían la relevancia del suceso en función del nivel de afectación del interés general apegado a las rutinas sociales. Pero como vemos, no sólo el grado de variación determina la prioridad noticiosa, sino el campo de las posibilidades productivas del formato y la capacidad de acción televisiva. De esta manera, las variaciones y el cambio que un acontecimiento produce en el ámbito de la subsistencia diaria no basta para transformarse en prioridad informativa. Y aquí aparece el problema de *los modos televisivos de lo real*, que no se corresponden necesariamente con las prioridades de la vida pública e institucional.

El género es un acuerdo implícito sobre contenidos y formas estéticas y de representación que satisface expectativas de sentido, simbólicas e ideológicas, y por lo tanto, como lo analiza Eliseo Verón (1983), la elección de un noticiero particular es la elección de un discurso sobre la realidad y su forma de interpretarlo. Esto implica que la creencia de un particular discurso sobre los acontecimientos es la creencia sobre el modo de ver esa realidad. Siguiendo el razonamiento de Verón, elegir una forma de tratamiento de la realidad es una estrategia del público por satisfacer su propia visión del mundo, porque se gratifica con el rasgo de realidad que se consagra en ese noticiero. En el marco de los procesos estandarizados de producción noticiosa, los informes periodísticos clasifican el mundo, configuran realidades mentales, constituyendo conocimientos estigmatizadores al prescribir estereotipos y conductas cristalizadas como modelos de comprensión del entorno; y la aceptación de esas condiciones de asignación de sentidos por parte de la audiencia marca los límites del pacto de audiencia.

El discurso sobre lo real

Las noticias en televisión no son exclusivamente modos de ver y reconocer la realidad, conforman una institución que provee de visibilidad pública a un conjunto de acontecimientos. El ordenamiento, la jerarquía y la particular mirada sobre ese referente

son tres pilares fundamentales que se transforman en un problema que remite ineludiblemente a los principios éticos y profesionales en el periodismo.

El tratamiento prioritario de algunas noticias son elecciones inevitables en la organización del material informativo y en la estructuración de los contenidos de cada programa. La dedicación del tiempo de tratamiento a cada una define la preponderancia de unos acontecimientos sobre otros. Estas elecciones de contenidos informativos obedecen a múltiples determinaciones: a los condicionamientos del sistema productivo que ya mencionamos, a valoraciones ideológicas, estéticas y a la ponderación de la opinión de la audiencia.

Los acontecimientos para ser visibles en la producción televisiva atraviesan un proceso de elaboración, su sola organización narrativa obedece a una construcción particular. El encadenamiento de esas tramas argumentales es el modo de explicitación del enfoque sobre el acontecimiento y luego la fuerte prescripción productiva que imponen los estándares televisivos completan el proceso de construcción. Así los productos noticiosos se transforman en una herramienta –que como una lupa- expande y devela la confusa y compleja realidad, convirtiéndola en “simple” verdad. De esta manera, la verdad objetivada *se produce* día a día en una sucesión de hechos cotidianos reflejados por los productos informativos: el efecto de verdad es un ritual expresivo que postula la objetividad como suceso comprobable, como transparencia. El papel de la sociedad reconociendo esos productos mediáticos como formas de lo real obedece a una construcción histórica que forma parte de los hábitos de consumo y de los modos de relacionarse con los acontecimientos, es decir que *son modos de conocer de una comunidad*.

Superar la noción de verdad como aspiración profesional y como retórica de la industria puede transformarse en el basamento de una práctica periodística que aporte desde la televisión un modo de conocer y saber plural que agregue mundo, experiencia y capacidad crítica a una sociedad acostumbrada a consumir estándares, modelos estigmatizados y rentables en la producción de acontecimientos. Los “mundos” que ofrece el periodista, destacando las huellas de su presencia y por tanto de su parcialidad, serán modos de conocimiento en la medida en que se superen las prescripciones productivas de la industria y se encuentren los caminos de la democratización informativa, bajo la convicción por sostener una autonomía relativa de los desarrollos tecnológicos y las estrategias audiovisuales.

Referencias bibliográficas

- Aumont, J. y otros (2005), *La estética del cine. Espacio fílmico, montaje, narración y lenguaje*, Paidós, Buenos Aires.
- Bandrés, E. García Avilés, J.A.; Pérez G.; Pérez, J. (2000), *El periodismo en la televisión digital*, Paidós, Barcelona.
- Barrios, L. (1990), *Televisión, Telenovelas y vida cotidiana en el contexto de la familia*, La Habana, Editorial Pablo de la Torriente.
- Barroso García J. (1992), *Proceso de la información de actualidad en televisión*, RTVE, Madrid.
- Becheloni, Giovanni, (1989), “¿Televisión-Espectáculo o Televisión-Narración?”, en: *Videoculturas de Fin de Siglo*, Cátedra, Madrid.
- Bettetini, G. (1989), “Por un establecimiento semio-pragmático del concepto de ‘simulación’”, en: *Videoculturas de fin de siglo*, Ediciones Cátedra, Madrid.
- Borda, L.; Longo, F. (1997), “La representación de la audiencia como necesidad de la industria”, en: *Comunicación y Sociedad*, Nº 31.
- Carlón, Mario (2006), *De lo cinematográfico a lo televisivo. Metatelevisión, lenguaje y temporalidad*, Buenos Aires, La Crujía Ediciones.
- Casetti, F.; di Chio, F. (1999), *Análisis de la televisión*, Barcelona.
- Cawelti, John G. (1976), *Aventura, misterio y romance. Historias formulaicas como arte y cultura popular*. Chicago and London, University of Chicago Press. Traducción y resumen de Nora Mazziotti.
- Chillón, Albert (2001), “El giro lingüístico en periodismo y su incidencia en la comunicación periodística”, en: *Cuadernos de información Nº 14*, Universidad Católica de Chile, Santiago de Chile.
- Corner, J. (1997), “Géneros televisivos y análisis de la recepción”, en: *En búsqueda del público*, Gedisa, Barcelona.
- Eco, Umberto, (1995), *Semiótica y filosofía del lenguaje*, Lumen, Barcelona.
- Eco, Umberto (1991) *Lector in Fabula*, Lumen, Barcelona.
- Feuer, J. (1987), "El estudio de los géneros y la televisión", en: Robert C. Allen (ed): *Channels of Discourse. Television and Contemporary Criticism*. Chapel Hill and London. The University of North Carolina Press. Traducción: Gabriela Samela
- Fiske, J. (1989), *Television culture*. New York, Routledge, Capítulo 7. Foucault, García Avilés, J.A., (1996), *Periodismo de calidad: estándares informativos*, Navarra.
- González Requena, Jesús (1998), *El discurso televisivo – Espectáculo de la posmodernidad*. Editorial Cátedra, Madrid.
- Hall, S. (1993), “Codificar/decodificar”, en: Delfino S. (compil), *La Mirada Oblicua*, La Marca, Buenos Aires.
- Hartley, J. (1994) “Genre”, en: *Key concepts in Communication and Cultural Studies*, London & New York, Routledge. Traducción de María Fernanda Longo Elía. (Traducción posterior: *Conceptos clave en comunicación y estudios culturales*, Buenos Aires, Amorrortu editores, 1997).
- Llúcia Oliva, Sitjà J. (1999), *Las noticias en Televisión*, RTVE, Madrid.
- Neale, S. (1987) “GENRE”, London, British Film Institute, (3 ed). Traducción y resumen de Nora Mazziotti.
- Orozco Gómez, G. (1996), *Televisión y audiencias. Un enfoque cualitativo*, Madrid, Ediciones de la Torre.
- Pérez Gómez, A. (1998), “Revolución electrónica, información y opinión pública”, en: *La cultura escolar en la sociedad neoliberal*, Morata, Madrid.
- Verón, E. (1981), *Construir el acontecimiento*, Gedisa, Barcelona.

- Verón, Eliseo (1983), “Il est, je le vois, el me parle”, en: *Communications* N° 38, Seuil, Traducción de la Universidad de Buenos Aires.
- Vilches, Lorenzo (1995), *La manipulación de la información televisiva*, Paidós, Barcelona.
- Vilches, Lorenzo (1999), *La televisión, los efectos del bien y del mal*, Paidós, Barcelona.
- Wolf, M. (1984), “Géneros y televisión”, en: *Anàlisi* 9, Universitat Autònoma de Barcelona.
- Wolf, M. (2004), *La investigación en comunicación de masas*, Paidós, Barcelona.