

LA IMAGEN TOTEM: ALGUNAS PARADOJAS SOBRE LOS INFORMATIVOS EN EL FINAL DEL MILENIO

J. Alberto García Avilés

Profesor de Comunicación y Opinión Pública del Departamento de Periodismo y Comunicación Audiovisual de la Universidad Pompeu Fabra

Resumen:

Este trabajo persigue dos objetivos: analizar los rasgos que identifican a los informativos como un género con marcado valor totémico en la programación televisiva y plantear algunos elementos en el debate sobre la dicotomía forma/contenido que, a nuestro juicio, constituye uno de los principales dilemas del periodismo, en un medio consagrado primordialmente al entretenimiento. El informativo ofrece una visión alegórica que intenta recomponer la actualidad en un discurso fragmentado. El espectador concede autoridad al presentador y sintoniza su programa con fidelidad. Todo acontecimiento se representa ante sus ojos, en la pantalla del venerado tótem catódico. La mediación del directo y del tiempo real le permite participar en esa liturgia televisiva y satisfacer a diario sus anhelos informativos. Estos programas recurren a una serie de estrategias relacionadas con la simbología totémica, con la diferencia de que no hace falta salir de casa para postrarse ante el preciado tótem. El acceso instantáneo a los informativos genera la apariencia de una democracia electrónica. En el espectáculo audiovisual, la audiencia contempla aquello que ocurre en el mundo de acuerdo con unos patrones preestablecidos. No resulta sorprendente la enorme autoridad que adquiere este tótem mediático

Abstract:

The objectives of this article are two-fold; firstly, to analyze the features which characterize television news broadcasts as a genre with an outstanding "totemic" value, and secondly, to raise some questions in the debate about form and content which, in our opinion, constitutes a key issue in journalism, especially in a media-form primarily dedicated to providing entertainment. News broadcasts offer an allegoric view of the present, trying to reconstruct it in a fragmented way. Viewers confer their chosen newsreader with authority and faithfully tune in to his/her program in which every event appears before their eyes, on the screen of the venerated cathodic totem. Through the use of live coverage and real time, viewers are able to take part in the television liturgy and also satisfy their daily appetite for news. These programs use a series of strategies related to totemic symbolism, the difference being that there is no need to leave home in order to prostrate oneself before the precious totem. Instant news access has caused the appearance of an electronic democracy in which viewers witness what happens in the world according to a series of pre-established criteria used in the world of audio-visual show business. Therefore, it is hardly surprising that this media totem acquires such great importance.

Introducción.

Este trabajo persigue dos objetivos: analizar los rasgos que identifican a los informativos como un género con marcado valor totémico en la programación televisiva y plantear algunos elementos que permitan contribuir al debate sobre la dicotomía forma/contenido que, a nuestro juicio, constituye el principal dilema de los profesionales del periodismo.

El desarrollo de las noticias en televisión se asemeja a un rocambolesco juego de òsalto y avanceÓ en el que un elemento es el contenido informativo y el otro, la tecnología. Cada artilugio permite que los contenidos mejoren y aumente la cobertura. Cuando se alcanza el máximo de posibilidades de los nuevos equipos, el mercado exige más, y los técnicos responden con otra generación de equipos que satisfaga las necesidades. Se trata de un ciclo que ha ido repitiéndose desde el comienzo de la televisión. El binomio Òtecnología-informaciónÓ ha articulado una creciente dependencia de la televisión como medio para conocer la actualidad y como vehículo para configurar estados de opinión (Cebrián Herreros, 1995 y García Barroso, 1992)2.

1. La televisión informativa como tótem.

De acuerdo con Gómez Tabanera (1975: 623), el tótem es Òun ente de la naturaleza, por lo común un animal o su esfinge que, en la mitología de algunas tribus y pueblos antiguos, se toma como emblema, y a veces como protector o como antepasado o progenitor de la colectividad o del individuo, y que en ocasiones recibe alguna especie de cultoÓ. De ahí que la voz ÒtótemÓ haya pasado a significar un objeto al que se venera casi sacramentalmente.

El apego de una persona hacia el objeto que constituye su tótem o el de su grupo está inspirado, al parecer, en un sentimiento muchas veces mezclado con elucubraciones pseudomíticas. Dicha relación aparece sustentada por elementos tales como narraciones tradicionales y asociaciones simbólicas. El antropólogo Haeckel (1964: 1387) distingue seis notas comunes a la cultura del tótem:

-Relación permanente, de carácter emocional, entre el individuo y su tótem. -El tótem se considera como compañero, patrono o auxiliador. -Surgen nombres y emblemas relativos al tótem. -El individuo experimenta una cierta identificación con el tótem. -Se plantea la Òprohibición de matar al tótem, de comerlo o tocarloÓ. -Existe un ritual referente al tótem.

A través de la televisión surge una nueva forma de ver la realidad; una visión alegórica, que intenta recomponer la actualidad en un discurso fragmentado. El individuo concede autoridad al presentador y, de forma ritual, sintoniza su programa con rigurosa fidelidad. Todo acontecimiento, por complejo o distante que parezca, se traslada a la pantalla del venerado tótem catódico y se representa ante sus ojos. La mediación del directo y del tiempo real le permite participar en esa liturgia televisiva y satisfacer a diario sus anhelos informativos. Así, el discurso audiovisual genera un universo espectacular con marcado carácter simbólico (González Requena, 1989: 62-83).

Como han observado Le Diberder y Coste-Cerdan (1990: 12), la televisión constituye un auténtico tótem de nuestra sociedad: ese Òobjeto inmenso y central que deja de percibirse a fuerza de no poderse evitar, como el tótem, representa y concentra todas las esperanzas y los temores de las tribus modernas. Los productores son falsos hechiceros que se autodesignan con el término mágico de profesionales, el cual les sirve en realidad para diferenciarse de los auténticos hechiceros: los políticos y los capitanes de la industriaÓ.

La programación informativa configura una identidad propia que pretende afianzarse en la audiencia. Al igual que en las culturas atávicas, recurre a una serie de estrategias relacionadas con la simbología totémica, con la diferencia de que no hace falta salir de casa para postrarse ante el preciado tótem; el ritual está presente en todos los hogares donde habita la pequeña pantalla.

2. Técnicas de dramaturgia televisiva.

Los espectadores constantemente aprenden a procesar la información del medio. Pertenecen a una generación de ÓvídeoeducadosÓ en la cultura de la imagen. Si aceptamos que la televisión es espectáculo y show business, los informativos, como parte de ese medio, también funcionan como show business. Las técnicas del show se utilizan para informar y a la vez para perpetuar la relación emocional y afianzar los vínculos entre el público y la dramaturgia televisiva.

Los informativos han incorporado gradualmente los métodos de ÓvídeoeducaciónÓ originados en el cine y en la publicidad:

-Se inspiran, por ejemplo, en la técnica publicitaria de la repetición: usan una y otra vez el mismo símbolo para que al público se le quede grabado. De este modo surgieron los catches o gráficos sobre el tema de cada noticia. - Los informativos recurren a eslóganes para captar el contenido y a retenerlo con más facilidad en los titulares, en los resúmenes y en las entradillas de estudio. -El uso del grafismo también permite sintetizar grandes dosis de información de manera comprensible: las guerras se traducen en mapas, la economía en gráficos; las cifras del paro se exponen mediante un diagrama y un largo discurso se fragmenta con rótulos. Así se resaltan los datos concretos y se procura que hasta lo más pesado resulte digerible. -La realización con dos pantallas en la imagen (dúplex) y la conexión vía satélite posibilita las conversaciones multilaterales a distancia. El potencial tecnológico genera un Óespacio televisual que permite que los puntos de vista se reflejen en un plano o en una breve secuenciaÓ (Ellis, 1997: 116). -En algunos programas, el efecto de personas que trabajan en el fondo del set y el continuo parpadeo de los monitores, transmite una cierta urgencia y sugiere que los acontecimientos cambian tan deprisa que hay que actualizar constantemente los contenidos. La incorporación de ordenadores y sistemas digitales permite acelerar el proceso de edición, que se reduce a cuestión de minutos. -Cabe destacar otros elementos rituales, como la música de la cabecera y las ráfagas en las transiciones: ÓLa música imprime una forma de drama y ritual a las noticias, como en el caso de una ópera o una boda, porque añade un carácter grandioso. Transporta al espectador al campo de lo simbólico. Cuando los acontecimientos suceden en el mundo real, lo hacen con acompañamiento musical. En los años setenta ya se introducía el sonido de fondo de los teletipos en el estudio, porque aportaba realismo. Ahora esta sensación se ve reforzada por el mapamundi y por los monitores en el decorado. El escenario y la puesta en escena -la dramaturgia informativa- transmiten autoridad y rigorÓ (García Avilés et al, 1998: 15).

Cada noticia contiene un acontecimiento simbólico, teatral, que re-presenta los hechos del día. Este teatro audiovisual ofrece el mundo entero como una gran historia, debidamente acotada en compartimentos estancos: información nacional, regional, internacional, deportiva... Percibimos una cierta tensión, acentuada por las ráfagas, los decorados, la actuación de los presentadores, los movimientos de cámara, etc. ÓEl estilo televisual -apunta Savater- tiende a comprimir cada vez más la información en unas pocas visiones, combinadas a menudo según una retórica sofisticada en sus medios, pero elemental en sus contrastes. (...). En media hora se pasa revista vertiginosa a muchos sucesos, literalmente vistos y no vistos, y el espectador guarda en su retina escenas de todo sin haber necesitado entender nada de nadaÓ (Savater, 1993: 36).

3. La imagen sacralizada.

El espacio mediático es el gran escenario en el que aparecen -como en un caleidoscopio- las instantáneas de la vida colectiva. Posee una triple función: las genera, las recompone y las refleja. Resulta ya un lugar común encontrar la razón de ello en el dominio que lo audiovisual ejerce sobre la sociedad moderna, por la naturaleza inherente al medio, y por la fuerza, fugacidad y falta de ÓmemoriaÓ de las imágenes. Interesa percatarse del tipo de alfabetización que crea, del territorio imaginario que construye mediante la representación audiovisual, como pone de relieve Sartori (1998: 36): ÓEn la televisión, el hecho de ver prevalece sobre el hecho de hablar; en el sentido de que la voz del medio o de un hablante es secundaria, está en función de la imagen, comenta la imagen. Los acontecimientos se nos muestran y el relato -su explicación- está prácticamente sólo en función de las imágenesÓ.

El impacto visual repercute en la emotividad e irracionalidad del individuo. De acuerdo con Font (1981: 7), Ópor las especiales características del signo icónico, la imagen se dirige más a la afectividad de los receptores que a la razón, invoca un pensamiento mágico antes que un pensamiento lógicoÓ. La imagen limita la percepción porque es un filtro, una selección, una construcción artificial. Por eso, las imágenes de televisión se convierten en mediadoras de símbolos sociales. El icono es una imagen sagrada. El rito es

la puesta en escena del mito e implica una forma de actuar, con un comportamiento colectivo (Cfr. Gadamer, 1997: 13-22, 81-94).

Ritos e iconos ofrecen maneras concretas en que cada persona puede armonizar con el sistema de creencias del conjunto social. Ambos encuentran cabida en el espacio televisivo.

La iconicidad entremezcla de modo constante lo subjetivo y lo objetivo; lo real queda moldeado por lo aparente. El medio televisivo es cada vez más juego electrónico. Un juego frenético de imágenes que van y vienen, rostros que entran y salen, cambios de color y forma. Devora la vida para llenar miles de horas de información espectacular. La máquina informativa muestra cualquier imagen insólita, apelando a su interés informativo, y crea géneros híbridos a base de reconstrucciones y dramatizaciones.

Siguiendo a Aristóteles, consideramos que ver es fundamental, pero insuficiente, si no resulta posible que el que ve, hable. El espectáculo carece de capacidad liberadora, excepto como modo de compartir un espacio común. El funcionamiento de la televisión tiende a dissociar en el receptor el pensamiento y la palabra de modo sistemático. Provoca exactamente lo que denunciaba Aristóteles: encierra el sentimiento en las tinieblas e impide simbolizar. Cuando uno queda privado de la posibilidad de distinguir entre lo que ve y lo que es, el resultado tiende a ser la identificación con la masa, es decir, la regresión y el sometimiento.

La televisión conlleva una incomunicación mayor que las formas anteriores de espectáculo, por varias razones. Primero, puede verse en solitario. Además forma parte de un mobiliario cultural del espacio privado. Cuando funciona interrumpe la comunicación: el flujo de imágenes crea una suspensión de la palabra. Los informativos están concebidos sin réplica, para suscitar una adhesión inmediata, una creencia que exige silencio y sumisión.

De modo paradójico, el espectador ve una imagen mediática y suele asumir que no se trata de una reconstrucción, de una versión, sino de la verdad. Cuando una historia viene anunciada como la actualidad, levanta la expectativa de exactitud, de veracidad. Tiene razón Pastoriza (1997: 29-30) cuando afirma que no es extraño que la televisión sea el medio ideal para hacer pasar la ficción por información sin delatar su falsedad. El propio medio fomenta la ficcionalización de la realidad, por lo que resulta sorprendente la cantidad de imágenes de ficción que se utilizan para ilustrar algunas noticias.

4. La obsesión con el tiempo.

En todo arte relacionado con la visión y con signos icónicos sólo hay un tiempo artístico posible: el presente (Lotman, 1973: 59). La imagen audiovisual es acción, los acontecimientos se desarrollan en el mismo instante en que los percibimos. Por lo tanto es presente. Su dogma es la inmediatez. El directo aumenta la emotividad del espectador que ve desarrollarse el hecho en ese mismo instante ante sus ojos y crea la sensación de que su percepción es particular y ese acontecimiento, único. Pero además, como señala Colombo (1982: 61), al espectador le tranquiliza el hecho o la sensación de verlo todo. La visión sugiere el control. El control distribuye una sensación de orden en el desorden, de presencia en la ausencia, de lleno en el vacío, de razón en el desastre y en la locura. La televisión recompone un mundo lacerado por contradicciones y heridas.

Para consolidar ese ritual, la televisión afronta el problema de tener que estar en el lugar de los hechos, una tendencia que el propio medio alimenta: la necesidad de mostrar convierte en un imperativo el hecho de tener que mostrar aquello de lo que se habla, lo cual se traduce en una inflación de imágenes vulgares, es decir, de acontecimientos tan insignificantes como ridículamente exagerados (Sartori, 1998: 82).

La cámara lenta, cuyo efecto dramático proviene del cine, se utiliza en televisión para subrayar un hecho, para estimular nuestra atención, nuestra conciencia de la gravedad de algo y atarnos a la secuencia visual del relato. A veces no es más que un truco: en una secuencia visual demasiado corta, el efecto de la cámara lenta alarga el vídeo para cubrir un texto. Las figuras cruzan la pantalla con ese paso leve, un tanto fantasmal, gracias al efecto de cámara lenta (Cfr. Colombo, 1997: 179). De este modo, el ritmo de montaje adquiere la capacidad para dictar las condiciones de lectura del discurso, y acentuar o desviar nuestra atención.

Los informativos están obsesionados con el tiempo en sus múltiples facetas: el ritmo, la frecuencia de las intervenciones del presentador, la duración de cada vídeo o el paso a una conexión en directo. Se imprime una sensación de urgencia y agilidad. La propia dinámica del programa -una información desde Londres, una conexión con Sevilla, otra de un enviado especial en Kosovo- favorece este ritmo trepidante. Las noticias se suceden sin intervalo para la reflexión. En palabras de Verdú (1998: 30), «cada suceso queda sepultado por el suceso ulterior y la realidad consiste en impactos, fulgores, episodios tan veloces como imposibles de articular. En conclusión, las cosas pasan sin que se sepa por qué pasan y, especialmente, si pasan de verdad».

5. El rito espectacular.

Las nuevas tecnologías no sólo han transformado nuestra percepción del entorno, también contribuyen a su espectacularización. González Requena (1995: 94) ha señalado que «el atractivo espectacular se constituye en una variable extrainformativa de la noticia que influye de manera notable sobre ésta. Tal es la importancia de este factor que en muchas ocasiones la existencia o inexistencia de material visual o el grado de atractivo visual de éste influyen en el lugar de emplazamiento de una noticia en la cadena informativa, afectando consiguientemente a su sentido y alternando su dimensión como acontecimiento».

El espectáculo tiene sus reglas de organización y de representación (montaje, realización, ritmo...) e implícitamente estas reglas se transforman en las reglas del conflicto, del drama, de la ritualización de los hechos. De acuerdo con Soler (1997: 149), «muchos realizadores, presionados por la idea fija de la televisión-espectáculo, tienen horror a las panorámicas lentas, que recrean una realidad; temen a los tiempos muertos que aportan momentos para la reflexión; huyen de las transiciones que permiten que el espectador se reubique en el relato. Evitan los silencios (¡a veces tan expresivos!) de los personajes y machacan las entrevistas para impedir que el personaje se enrolle, cuando no sólo lo que se dice, sino cómo se dice, es también lo significativo».

El espectáculo informativo se convierte en rito conforme genera unas expectativas de verdad y consagra una actitud frente a la actualidad. Su atractivo reside en algunos elementos: - El lenguaje televisivo se basa en el soporte la imagen, y con facilidad anula el significado de la palabra que lo acompaña (a veces incluso la inteligibilidad o el sonido) y el sentido subjetivo que le había sido atribuido a la secuencia de imágenes de salida. - El lenguaje simbólico genera una comunicación imprecisa y altamente compleja, con un marcado valor connotativo. - El carácter espectacular de la información pretende, parafraseando el viejo lema acuñado por una revista norteamericana, «comprimir la eternidad en cinco minutos» y «conseguir que cualquier espectador dedique cinco minutos a darse cuenta de la eternidad».

La imagen, en apariencia, no miente. No puede mentir, porque la imagen es la que es, y habla por sí misma. Ofrece la sensación de que lo que uno ve es verdad, los hechos suceden tal y como aparecen en pantalla. Y sin embargo, no es así. La televisión puede falsear la realidad igual que cualquier otro medio. La diferencia es que la fuerza de la veracidad inherente a la imagen hace la mentira más eficaz, y por tanto más peligrosa. Sartori (1998: 84) afirma que «la imagen es enemiga de la abstracción mientras que explicar es desarrollar un discurso abstracto. Los problemas no son visibles. Lo que podemos ver en la televisión es lo que mueve, los sentimientos y las emociones: asesinatos, violencia, disparos, arrestos, protestas, lamentos; y en otro orden de cosas: terremotos, incendios, aluviones e incidentes varios. Lo visible nos aprisiona en lo visible». Necesita de la palabra para adquirir plenitud de significado.

Cada generación de profesionales marca las normas que rigen la dramaturgia espectacular de acuerdo con la propia formación y la cultura audiovisual. Así como la etapa de los años setenta introdujo a los primeros periodistas provenientes del propio medio, conocedores de las técnicas de informar para televisión, la «generación de los noventa» está ligada a la aparición de las cadenas privadas, al cambio tecnológico, al estilo de la MTV, a la lucha diaria por el rating y a la creación de géneros informativos muy diversos.

Cualquier relato audiovisual implica una actividad manipuladora, que se encuentra al servicio del rendimiento espectacular de la televisión. Más allá de los criterios socio-económicos o de competencia entre las diferentes empresas, derivados de la parrilla de programación, el discurso audiovisual sufre un proceso de elaboración. La industria impone sus reglas en la factoría de la información. El arte del trabajo periodístico ahora se ha transformado en un negocio: el negocio de diseñar, fabricar y presentar las noticias de la forma más impactante posible, al dictado de los índices de audiencia.

6. El presentador como sacerdote mediático.

El ritual televisivo posee un tremendo atractivo psicológico. Las imágenes conmueven porque resultan familiares. Ese hombre que aparece en la pequeña pantalla, entra en nuestra casa; nos dice buenos días y buenas noches, se disculpa por cualquier fallo, nos mira a los ojos. Se convierte en un invitado habitual.

El presentador funciona como el narrador heterodiegético que introduce el programa, proporciona el relato de los hechos y añade apostillas y comentarios. Los participantes en las entrevistas y ciertos reporteros también aportan su punto de vista. No obstante, en el ámbito informativo, la relación de empatía entre el espectador y el relato presentado por televisión se establece mediante el pacto comunicativo de fiabilidad con el presentador. De alguna manera, el espectador cede su confianza al relato en boca de un presentador concreto, que goza de una credibilidad suprema.

El relato audiovisual combina diversos códigos. Durante muchos años, el discurso periodístico estuvo vinculado al principio de Objetividad, especialmente mediante la ausencia del narrador. Los acontecimientos se sucedían ante nuestra mirada crédula y tan sólo un busto parlante anunciaba o daba entrada a las noticias. Ahora la presencia del narrador ha llevado a la personalización, mediante fórmulas como el reportaje dramatizado y el docudrama.

Todo informativo ofrece una versión fabulada de la actualidad, tal y como sostiene García-Noblejas (1996: 84-88). El modelo de la fábula periodística encierra una visión de lo ocurrido en el mundo de acuerdo con la interpretación realizada por los profesionales. Y la fábula, con palabras de Colombo (1986: 56), permite revivir de modo similar experiencias diversas en las que aparecen mitificados los héroes, los riesgos y el final feliz. Expresiones como Conectamos con ocupan el lugar del Érase una vez y la variación de tiempo no parece importante porque, en el lenguaje simbólico, el presente devora el pasado y promete continuidad en el futuro.

En la dramaturgia informativa, todo sigue favoreciendo la función sacerdotal del presentador carismático. Seguirá siendo él quien domine a su público y cada día oficie el rito de contar las historias. Su mirada se convierte en el eje vertebrador del informativo. El presentador nos mira directamente, el periodista, en sus stand-ups también se dirige a nosotros y su testimonio apelativo busca el contacto personal con el espectador. En este escenario, el autocue dicta los argumentos que brotan de la boca del periodista como fruto de una omnisciencia casi todopoderosa.

Resulta paradójico que la cultura de la sospecha y la crisis de muchas instituciones haya facilitado que algunos periodistas, sobre todo presentadores de televisión, sean las personas a quienes los ciudadanos, de forma creciente, otorgan mayor grado de credibilidad y confianza en las encuestas. En el caso de EE. UU., como ha puesto de manifiesto Goldberg, la población llega a considerar a determinados presentadores como auténticos estadistas y guardianes de la democracia⁵.

7. Acceso universal y banalización del tótem televisivo.

En su devastadora crítica de la sociedad del espectáculo, Debord (1990: 24,25) ha denunciado la incesante transmisión circular de información, que gira continuamente sobre una lista muy sucinta de las mismas banalidades, anunciadas de forma apasionada como importantes noticias; mientras que sólo muy de tarde en tarde y a sacudidas, pasan las noticias realmente importantes, la relativas a aquello que de verdad cambia. Y es que, según este autor, lo más importante es lo más oculto.

En efecto, creemos estar informados de lo que sucede en el mundo, pero de la complejidad que cada noticia tiene detrás sólo conocemos la píldora de 45 segundos que ofrece el telediario. En esta línea argumental, Postman también achaca a la televisión que nos induzca a tratar de modo semejante, por ejemplo, una guerra en un país africano y un resultado deportivo. Ambos asuntos se emiten con una diferencia de segundos, unidos por el rostro sonriente del presentador o presentadora (Cfr. Postman, 1991: 90-101).

El acceso instantáneo a los informativos genera la apariencia de una democracia electrónica. Cualquiera puede salir ya en televisión, porque somos la civilización de la cultura telemática donde la voluntad se proyecta a través del mando a distancia. El nuevo juego de espejos de todas las distancias ha alterado por

completo las reglas del juego del espejismo de la fama. De ahí que los requisitos para alcanzar la celebridad sean tan asequibles y elásticos que los puede cumplir desde un presentador de telediario hasta un asesino (Odina y Halevi, 1998: 52).

Postman (1991) y Bourdieu (1997) han realizado sendas críticas del poder desinformador de los noticiarios televisivos. Cuando la imagen construida y seleccionada por otro se convierte en la principal relación del individuo con el mundo que antes contemplaba por sí mismo, esa imagen es la base fundamental del sistema. En el interior de una misma imagen se puede yuxtaponer sin contradicción cualquier cosa. Como consecuencia, en palabras de Debord (1990: 41), «el flujo de imágenes arrasa con todo, y de igual manera, es otro quien gobierna a su gusto ese resumen simplificado del mundo sensible, ese otro que escoge adónde debe ir esa corriente así como el ritmo de lo que debe manifestarse como perpetua sorpresa arbitraria, sin dejar tiempo para la reflexión e independientemente de lo que el espectador pueda pensar o comprender». Y el discurso espectacular «calla, además de lo que es propiamente secreto, todo aquello que no le conviene».

Esta forma de estilizar la realidad quizá no sea mucho más distorsionante que otros sistemas simbólicos anteriores. Como sostiene Rubert de Ventós (1997: 32), la representación televisiva del mundo tiene sus ventajas frente a las visiones políticas, ideológicas o religiosas que la han precedido: «Aparte del impacto negativo que ciertas imágenes de violencia o pornografía ejercen en determinados niños y niñas, creo que, en general, la televisión no es ni tan poderosa como unos advierten ni tan apocalíptica como otros temen. Las ondas hercianas no implantan mecánicamente actitudes en la cabeza del público ni inducen automáticamente comportamientos específicos».

Quizá el mayor daño atribuible a la televisión no sea tanto las imágenes que transmite sino «el valioso tiempo que roba a otras actividades vitales, socializadoras y creativas tan necesarias durante los primeros años de la vida. Muchos programas se han convertido penosamente en un sustituto de la imaginación y de la iniciativa, en una especie de manjar poco nutritivo pero altamente adictivo. No pocos televidentes enganchados se sumergen en un estado de letargo vegetal, llegando incluso a experimentar una caída del metabolismo por debajo del nivel metabólico de descanso» (Rojas Marcos, 1996: 14).

Como hemos puesto de manifiesto, en el espectáculo que ofrecen los reportajes y noticias audiovisuales vemos aquello que ocurre en el mundo y lo percibimos de acuerdo con unos patrones preestablecidos. Su influjo encandila a un sector social cada vez más amplio, hasta el extremo de convertirse en el punto de referencia de lo real. No puede sorprender la gran autoridad que adquiere este tótem mediático. En cierto modo, constituye una especie de paleta con los tonos adecuados para un retrato de la sociedad del espectáculo. El reto que afronta la profesión radica en superar la banalidad propia del ritual televisivo, para dotarlo de sentido y ofrecer un alimento con sustancia. Pero este asunto escapa al objeto del presente trabajo.

Referencias Bibliográficas

Balandier, G. (1994): El poder en escenas. Barcelona: Paidós.

Barroso García, J. (1992): Proceso de la información de actualidad en televisión. Madrid: IORTV.

Bourdieu, P. (1997): Sobre la televisión. Barcelona: Anagrama.

Catalá Domenech, J. M. (1993): La violación de la mirada. Madrid: Fundesco.

Cebrián Herreros, M. (1978): Introducción al lenguaje de la televisión, Madrid: Pirámide.

_____ (1995): Información audiovisual: concepto, técnica, expresión y aplicaciones. Madrid: Síntesis. Colombo, Furio (1976): Televisión: La realidad como espectáculo. Barcelona: Gustavo Gili.

_____ (1997): Últimas noticias sobre el periodismo. Barcelona: Anagrama.

- Debord, G. (1990): Comentarios sobre la sociedad del espectáculo. Barcelona: Anagrama.
- Ellis, J. (1997): *Speed, Film and Television: Media Moving Apart*, en Hill, John y McLoone, Martin, (eds.), *Big Picture, Small Screen, Academic Research Monograph*, Luton: University of Luton Press.
- Font, D. (1981): El poder de la imagen. Barcelona: Salvat.
- Gadamer, Hans-Georg (1997): Mito y razón. Barcelona: Paidós.
- García Avilés, J. A. et al (1998): Introducción al periodismo audiovisual. Pamplona: Newbook. García Noblejas, J. J. (1996): Comunicación y mundos posibles. Pamplona: Eunsa.
- González Requena, J. (1989): El espectáculo informativo. Madrid: Akal.
- _____ (1995): El discurso televisivo: espectáculo de la modernidad. Madrid: Cátedra.
- Goldberg, R. (1990): *Anchors: Brokaw, Jennings, Rather and the Evening News*. Nueva York: Carol Publishing.
- Le Diberder, A. y Coste-Cerdan, N. (1990): Romper las cadenas. Introducción a la post-televisión. Barcelona: Gustavo Gili.
- Lotman, J. (1973): *Estética y Semiótica del cine*. Barcelona: Ed. Gustavo Gili.
- Odina, M. y Halevi, G. (1998): El factor fama. Barcelona: Anagrama.
- Pastoriza, Francisco R. (1997): *Perversiones Televisivas. una aproximación a los nuevos géneros audiovisuales*. Madrid: IORTV.
- Postman, N. (1991): *Divertirse hasta morir. El discurso público en la era del show business*. Barcelona: Tempestad.
- Rojas Marcos, L. (1996): *Nuestro circo romano*, en *El País*, 17 de octubre, p. 14.
- Rubert de Ventós, X. (1997): *Lo bueno de la tele mala*, en *El País*, 9 de diciembre, p. 32.
- Sartori, G. (1998): *Homo videns. La sociedad teledirigida*. Madrid: Taurus,.
- Soler, L. (1997): *La realización de reportajes y documentales para televisión*. Barcelona: Cims.
- Verdú, V. (1998): *El éxito de lo irreal*, en *El País*, 22 de enero, p. 30.
- Westin, Av (1982): *Newswatch. How TV Decides the News*. Nueva York: Simon and Schuster. .

Notas

1. Agradezco a los profesores Maria Pilar Martínez-Costa y Bienvenido León sus sugerencias y comentarios sobre una versión de este trabajo.
2. La dicotomía forma/contenido en los espacios informativos resulta mucho más amplia que el binomio tecnología/información. La *forma* comprende no sólo los medios técnicos sino los formatos y la estructura narrativa.
3. Cfr. The Atlantic (1900). *Crowding eternity into five minutes and getting anyone to take five minutes to notice eternity*.

4. Av Westin desarrolla esta idea en su análisis de la evolución de los informativos norteamericanos; cfr. Westin, Av, *Newswatch. How TV Decides the News*, Simon and Schuster, Nueva York, 1982, pp. 125-147.

5. Cfr. Goldberg, Robert, *anchors: Brokaw, Jennings, Rather and the Evening News*, Carol Publishing, Nueva York, 1990. A este respecto, nos parece paradigmático el caso del presentador de la CBS News Walter Cronkite, que durante décadas ha sido considerado el hombre más digno de confianza del país.

6. Gran parte de las reflexiones de Guy Debord sobre las consecuencias de la sociedad espectacular resultan válidas para entender el carácter totémico de los informativos. Cfr. *op. cit.*, pp. 58-60.