

CONVERGENCIA

Revista de Ciencias Sociales

El paisaje francés de la información en la televisión, una forma de comparar el nuestro

Carlos González Domínguez

Universidad Autónoma del Estado de México / cgdomin@hotmail.com

Lochard, Guy (2005), *L'information télévisé. Mutations professionnelles et enjeux citoyens*, INA-Vuibert-Cleml, 219 pp. ISBN 2711772810

L'information télévisé. Mutations professionnelles et enjeux citoyens (La información en la televisión. Mutaciones profesionales e implicaciones ciudadanas) es un libro que pone en perspectiva los cambios profesionales y sus implicaciones con lo ciudadano (como su subtítulo lo indica) en el paisaje audiovisual francés, suscitados en los últimos años. Muchos de estos cambios pueden pensarse para el caso mexicano como analógicos. De aquí que su conocimiento sea útil para el ciudadano y el especialista de los medios de comunicación mexicanos.

Escrito por Guy Lochard, uno de los expertos de la televisión del país galo, este libro no solamente nos proporciona elementos descriptivos de lo que fue y lo que es ahora la información en la televisión, sino también herramientas teórico-metodológicas, a través de una amplia referencia documental, para comprender estas mutaciones que tienen sus efectos sobre nuestras sociedades que se pretenden democráticas.

Compuesto de tres partes, la obra repasa en sus dos primeras partes lo acontecido en el género noticiario televisivo. En el primer capítulo de esta primera parte, el autor evidencia —lo que es quizá una de las críticas más persistentes hacia este género— las contradicciones entre los objetivos de la información (en su sentido periodístico) y las de su producción. Contradicciones que son en definitiva prácticas periodísticas permanentes, inevitables, justamente en oposición a las mutaciones que han emergido y desaparecido en la fabricación de la información televisiva. Así, si una de las prioridades es la difusión de la información, ésta no se define por el sólo factor de informar con prontitud y eficacia, sino que justamente dicho factor está determinado por una serie de decisiones al interior de las televisoras y de la propia organización de los noticiarios televisivos. La información, por un lado, no depende de una producción de noticias por y para cada noticiario, sino que éste establece institucionalmente lazos con fuentes de información para proveerse de material informativo. Por supuesto, esto no es ninguna novedad ni es una práctica exclusiva de la información que la televisión difunde. El problema es esta permanente y dependiente relación que tiene sus efectos sobre la calidad y perspectiva de la información que se ofrece. A esta práctica hay que agregarle el seguimiento, no declarado, que hacen los noticieros sobre la prensa escrita: el noticiario suele inspirarse de la prensa escrita para tratar los temas.

Por otro lado, indica el autor, recientemente las televisoras han podido contar con una mejor infraestructura en red (no en el sentido informático

solamente, sino sobre todo en cuanto a instalaciones y equipamiento) y recursos humanos que les permiten fabricar la información desde cada región. Sin embargo, dicha fabricación no es tal; antes de que los núcleos locales o regionales generen su información, éstos sólo participan para difundir la que proviene de las regiones estratégicas tradicionalmente productoras de información. En este mismo sentido, al interior de la organización de cada noticiario, la información pasa por una serie de filtros: criterios de selección de noticias, tratamiento o perspectiva y modos de presentarlas. La primera tiene que ver con las jerarquías organizacionales entre los periodistas, desde el reportero hasta el jefe de redacción u otras instancias superiores como el director, cuyas relaciones profesionales están delimitadas normalmente de forma vertical, lo que tiene como consecuencia una producción de noticias vista, sobre todo, por las altas jerarquías profesionales, es decir, no diversificada en relación con nuevas posibilidades de ver la actualidad. Así, dice Lochard, el tratamiento de la información y su representación aparecen como consecuencia del anterior filtro. Cada profesional del noticiario cumple una función específica: los periodistas de escritorio y los de terreno. Ambos se coordinan para elaborar los formatos de información conocidos por todos: reportajes, correspondencias en directo (duplex o vía telefónica), entrevista en estudio y en directo, y breves informativas. Lo anterior no tiene nada novedoso, pero la insistencia de Guy Lochard en redundar en este aspecto, obvio de todo noticiario, está en recordarnos hasta qué punto estas rutinas profesionales tienen necesariamente un impacto sobre la forma de representar la realidad, sobre la percepción estandarizada tanto de la producción y consumo de este género de información, quizás el más importante de nuestros días. Basta pensar, para finalizar estos apuntes que conforman la primera parte del libro, la figura del conductor del noticiario en diferentes países para darse cuenta de su peso relativo, pero influyente en la percepción de la información: mientras en algunas naciones el conductor es una personalidad permanente, en otras sólo se le concibe como un simple *speaker*; mientras que el primero tiene una fuerte influencia en las decisiones del contenido de las emisiones, el segundo cumple sólo funciones de canal, pues la información es lo más importante.

En el segundo capítulo titulado “Los efectos de la competencia”, Lochard focaliza su mirada identificando al noticiario televisivo en el contexto de la competencia y de la programación. Es indudable que esta perspectiva, a veces olvidada en ciertos análisis, hay que tomarla en

cuenta, pues todo producto mediático no es resultado de la espontaneidad, sino de una coyuntura sociopolítica-económica. Para sobrevivir en la competencia, los noticiarios intentan en principio crear su propia identidad, una imagen que los identifique del resto de los demás. Esta identidad no es sino prolongación de la identidad de la televisora en la cual se inscribe el noticiario. Pero ¿qué tomar en cuenta para la creación de esta identidad? Lochard dice que —apoyándose de lo que ya muchos especialistas han subrayado— de las lógicas del mercado (económica) y las lógicas de información (servicio social). Lógicas contradictorias que cohabitan en la dinámica de noticiario televisivo. Por eso la necesidad e interés económicos de los noticiarios tienen que ver con la identidad que se quiere ofrecer al televidente, sin olvidar su función informativa. La idea es generar una buena imagen para vender a los publicistas y cautivar a los televidentes. De aquí se entiende, señala Lochard, cómo el noticiario, en la programación de las televisoras, se presenta como un “programa de encuentro”, pues su horario es el estelar tanto para la publicidad como para la audiencia, o viceversa según se le quiera ver. Se trata, entonces, de dos misiones difíciles de conciliar, pero que acaban intentándose en todo momento y cuyas consecuencias se encuentran en perjuicio de la información que, por ganar audiencia, los noticiarios al ofrecer primicias corren el riesgo de caer en graves imprecisiones que faltan a la deontología de los periodistas. Estas faltas son contenidas simbólicamente en la figura del conductor, como “una encarnación de la televisora”. Con este segundo capítulo, el autor nos recuerda la importancia de abordar el fenómeno del noticiario televisivo dentro de un contexto: el de la programación de la televisora y en el de la competencia, como dos factores de la producción de la información que siempre hay que tomar en cuenta.

En el capítulo tres (todavía de la primera parte), Lochard cambia por completo su perspectiva de análisis y aborda su objeto de estudio pensándolo desde los dispositivos tanto audiovisuales como del lenguaje que hacen posible su aparición como género. Así, la información televisiva, históricamente, es heredera de la radio, de la cual dos características de esta herencia están presentes en la televisión: la voz y el estudio. Pero con los dispositivos televisuales, el “régimen de verdad”, lo adivinamos, se fundamenta en lo que se ve. Este hacer ver reclama de los periodistas de la televisión una competencia para fabricar la información: saber garantizar el contacto con el televidente. De aquí la relevancia de la “sintaxis de miradas”, de la puesta en marcha de los planos y movimientos

de la cámara, de la iluminación, etc., como elementos constituyentes del discurso del conductor o de los sujetos hablantes (entrevistados). Es aquí que los dispositivos del lenguaje toman un lugar importante para la producción de sentido. Y la figura central en el noticiario televisivo es la del conductor que como “director de orquesta” coordina la toma de la palabra, da paso a los reportajes, a las entrevistas. Entonces, dependiendo cómo el conductor del noticiario cumpla este papel comunicativo, los noticiarios ofrecerán diferentes “tipos de interpretación”; es decir, la información será puesta en escena, ya sea que el periodista “tome distancia” o bien que la “personalice”, según intenciones de información-comunicación. En la parte final de este capítulo, Lochard nos invita a considerar otros dispositivos relacionados con el “lenguaje” que se manifiesta en este género, como los tipos de secuencias narrativas, descriptivas, argumentativas, predicativas, metatextuales, explicativas, interaccionales, que nos dan elementos de interpretación; así como la “configuración de la página” (lo que audiovisualmente percibimos en la pantalla de manera permanente), debe ser considerada como elemento tanto del “lenguaje” del género, como constituyente del discurso, porque produce sentido.

En el último capítulo de esta primera parte, el autor aborda, apoyado en una amplia documentación de otros estudios, las prácticas profesionales a las cuales recurren en general los periodistas del noticiario. Dichas prácticas, tal y como se desarrollan, tienen consecuencias en la cualidad de la información y, por lo mismo, merecen análisis permanentes de sus efectos. Entre ellas podemos distinguir las “imágenes de segunda mano” que provienen de agencias de prensa (la mayoría de lugares lejanos) y que son reutilizadas en breves informativas; las transmisiones instantáneas desde el lugar de los hechos, lo que evita tomar distancia de los acontecimientos; las imágenes de archivo que podrían prestarse a falsificaciones o reactivar estereotipos. Por otro lado, se encuentra la producción propia o interna de los noticiarios, la cual obedece también a una serie de prácticas rutinarias, donde están involucrados de forma específica cada uno los profesionales: el jefe redactor, el periodista-reportero, el periodista de la imagen (el camarógrafo); todos ellos inmiscuidos en una relación jerárquica y especializada de funciones. Dentro de estas prácticas es de gran interés pensar en la del *casting*, que se aplica a los entrevistados, a los cuales se selecciona o se prefiere por su “eficacia comunicativa” (el saber hablar frente a la cámara); práctica que tiene que ver con la exclusión de ciertos actores sociales del espacio

público. Otro aspecto en este sentido es la forma de proceder para contar la actualidad a través del formato del relato: construcción de personajes y, por ende, construcción de cierta visión o de focalizaciones de la realidad. Todas estas prácticas, advierte Lochard, deben ser sujeto de observación por especialistas para cuidar la deontología de la profesión. Para el caso francés existen desde hace décadas “observatorios” atentos a identificar y, en su caso, a denunciar faltas graves en el quehacer de informar.

En la segunda parte titulada “Las ambigüedades de otros géneros y formatos”, Lochard repasa históricamente las características no sólo del género noticiario televisivo, sino de otros géneros televisivos de información como resultado de rupturas y continuidades de géneros. Así, en el primer capítulo nos demuestra cómo el género de información estuvo influido por el gran reportaje, en el cual el dramatismo era una de sus principales características, así como su carácter mostrativo y demostrativo de la realidad. Con esto Lochard cita el trabajo de François Jost, quien ha identificado el procedimiento de la escenarización y de *feintise filmique* (que podríamos traducir como “simulación fílmica”), como un dispositivo tendiente a ilustrar como si la cámara hubiera estado allí en el momento exacto de la historia que se cuenta. Sin embargo, el género noticiario televisivo ha podido olvidarse de estos dispositivos a tal punto que hay noticiarios que son presentados “sólo en imágenes” (de la televisora francesa M6), que no cuenta con un conductor tradicional, sino con una voz en *off* que acompaña las imágenes de la actualidad.

Del mismo modo, el autor hace referencia, en el capítulo dos de esta segunda parte, a los géneros cuyo dispositivo televisual es el estudio (o plató). A este dispositivo corresponden los géneros de debate, las revistas televisivas, que echan mano de otros géneros como la entrevista en estudio y por eso tienen necesidad de apoyarse en dispositivos de “puesta en escena”. El estudio es en este contexto sujeto de escenografía, de decoración, de iluminación, como componentes previos para producir sentidos discursivos. Esta “puesta en escena” es el marco de “la palabra” de los protagonistas de los géneros *talk-show*, el cual es por consecuencia mediado por esta serie de dispositivos, que a su vez ubican al televidente (a través de los planos y movimientos de cámara) en este “espectáculo de la palabra”. Estos dispositivos televisuales, indica Lochard, pueden observarse, en cierto grado y proporción, en el género noticiario televisivo.

El capítulo tres de esta segunda parte complementa el capítulo precedente. El autor nos habla de las implicaciones estratégicas de los dispositivos televisuales antes señalados. Se trata de pensar las posibilidades de tratamiento de la información en cada uno de los géneros informativos y sus dispositivos. Para ello, los temas a tratar así como las lógicas de comunicación y de información son también condicionantes del desarrollo de ciertos géneros, que no pueden abstraerse de los intereses comerciales y de las características de los televidentes a quienes van dirigidos. Así, por ejemplo, programas pensados para estimular la lectura, sólo pueden ser posibles por la presencia de un segmento de televidentes y de una industria editorial, interesados los primeros en verse reflejados y en vender los segundos. El éxito de tales programas (como *Apostrophes*, durante más de dos décadas en Francia) obedece a esta lógica cultural, cuyos efectos sociales no estuvo exento de debates en torno a posibles exclusiones de la mayoría de televidentes que no se identificaban con la literatura como producción artística. Sin embargo, tal preocupación es exagerada, pues programas televisivos que atienden a otros sectores de televidentes, dice Lochard, se constatan paralelamente. En estos últimos, los dispositivos de dramatización van a operar para transmitir temas e información de la actualidad, pero cuya labor efectiva sobre el plano cognoscitivo y explicativo de la realidad es cuestionable.

El autor termina esta segunda parte de su libro abordando la relación del deporte y la información televisiva. Para Guy Lochard el deporte se muestra como un terreno donde se juegan diversos aspectos sociales que tienen que ver con la identidad y el espíritu de competición. Es un terreno particularmente de lo popular que se presta al espectáculo. Grandes acontecimientos deportivos de alcance regional, nacional e internacional están presentes en nuestras pantallas chicas (caso francés: el *Tour de France*, el rugby, por citar sólo dos), provocan apoteosis y ubicuidad de la competición. Sus consecuencias son evidentes: la identificación del espíritu deportivo con sus héroes. Bajo estos efectos de la relación de la información y el deporte es necesario observar el papel comercial de quienes organizan y participan en la difusión, cuyos efectos se ven reflejados en la programación de las televisoras y de los individuos o colectividades; pues los horarios están condicionados por las características de cada disciplina (la transmisión de un partido de fútbol requiere al menos 90 minutos, la vuelta de Francia, varias horas y días).

En la tercera y última parte de esta obra, el autor discute el tema de “Las mutaciones que interrogan”. Partiendo del presupuesto que la

información televisiva tiene un impacto, una influencia importante en el entramado social, Lochard considera que dicho impacto guarda una relación proporcional con quienes producen esta información y cuyo reflejo es la aparición de diversos géneros. Históricamente en Francia la información televisiva ha sufrido de forma paulatina la pérdida de la producción venida desde el Estado. No es antes de los años setenta que la radiodifusión francesa, completamente en manos del Estado, ha extendido una producción bajo nuevos formatos y visiones de la realidad. Es decir, la palabra pública ya no es únicamente aquella que el Estado expresa (régimen monologal), sino también puede ser aquella de actores sociales diversos. Resultado de ello es la aparición de programas de debate donde se cuestionan las acciones gubernamentales. Estas mutaciones son el abandono de “modelos familiares” por “modelos pedagógicos” o “modelos de relaciones públicas” (décadas de 1970 y 1980), pasando por programas de *talk-show* y de debate, a la emergencia de programas de *forum*, donde representantes de diversos orígenes sociales “debaten” los temas del espacio público. Pero tales novedades no son tan libres como puede creerse, pues las condicionantes que vienen de los productores van a configurar limitantes en los objetivos explícitos de estos programas. De modo que no todos tienen la palabra, ni todos la tienen bajo las mismas condiciones; lo que vendría siendo una especie de simulación de la práctica democrática o peor aún, de hacer de estos “debates” un “espectáculo” al contar con invitados, en programas de entretenimiento, con personalidades políticas.

En el capítulo dos de esta última parte, Lochard vuelve a tocar los resultados de la infraestructura televisiva desarrollada en las regiones. Si bien es cierto, dice el autor, que hay un intento de interesarse por lo regional, éste no acaba por producirse, pues las estrategias de comunicación regional fracasan al caer en tendencias de información nacional (ver información globalizada), o bien por que lo regional se queda en la región y no se expande más allá de esas fronteras. Esto contribuye a la reproducción de estereotipos desde el exterior de fronteras regionales. Por otro lado, se registran experiencias que han buscado ofrecer información televisiva alternativa, es decir, fuera de las grandes instituciones estatales, que han producido algunos grupos militantes, pero su alcance es limitado, ya que su difusión es sólo a través de videos. Ante este difícil contexto del desarrollo de la televisión regional, Lochard subraya la necesidad de contar con dos condiciones: la primera es que la instancia de producción esté liberada de otras instancias que influyan en la

forma de estructurar la información; y la segunda, que se cuente con una comunidad que sancione, dado que se trataría de una comunidad simbólica y no administrativa, con una capacidad interpretativa resultado del conocimiento de una región.

El capítulo tres es prolongación de la problemática de lo nacional, pero en este apartado se trata su relación con la información internacional. El autor comienza señalando que la aparición de proyectos locales, pretendiendo internacionalizar su información, ha provocado el fenómeno de desterritorialización. Este tipo de proyectos regionales, por ejemplo entre países, no se ha hecho esperar y el caso europeo es muy ilustrativo al respecto. Con el fin de crear lazos identitarios, algunos países de esta región se han lanzado a la producción de programas e incluso de televisoras binacionales (caso de *Arte*, entre franceses y alemanes), cuyos objetivos no siempre se alcanzan dado las dificultades, por un lado políticas, y por otro a las culturas profesionales entre los participantes. Una de las causas de este fracaso, dice Lochard, tiene que ver con el presupuesto de una homogeneidad identitaria de Europa que choca en la práctica con el “insuperable chauvinismo de la información” (expresión de Daniel Bougnoux, retomada por Lochard). En este sentido es necesario tomar en cuenta la incierta homogeneidad identitaria de la región europea. Esta perspectiva puede prolongarse para pensar la globalización en la experiencia televisiva de otras regiones. Ejemplo elocuente al respecto es CNN y su pretensión a universalizar la información. Para aspirar a una posible transnacionalización de la información es necesario contextualizarla. Pero tal procedimiento de contextualización se ve sometido a una serie de contradicciones de orden ideológico. Apoyándose en las investigaciones de Tristan Mattelart, Herbert I. Schiller, Lochard insiste en la necesidad de tomar en cuenta fenómenos de creolización, indigenización o hibridación de contenidos que se producen en el marco de una supuesta globalización. Un caso en este contexto que ilustra también el interés de hacer de la información un asunto universal es el trabajo de la televisora Al-Jazira, la cual declarándose representante del mundo árabe, en medio del desequilibrio del flujo de la información mediática global, no puede, por sus propios objetivos declarados, alcanzar esta universalidad. ¿Cómo ser universal cuando se es representante de una región cultural-política? Un caso más cercano a nuestra realidad cultural dentro de esta “globalización” es la presencia de las televisoras identitarias en los Estados Unidos (particularmente las hispánicas), que satisfacen las necesidades tanto de

información como de identificación cultural de las “diásporas” latinas. A través de estas televisoras se observan efectos de reterritorialización que, a decir de Lochard, no es sino la consecuencia de “mecanismos económico-políticos [y de] las relaciones de fuerza que se establecen entre las diferentes regiones del mundo” (p. 190).

El último capítulo del libro trata la mutación que la información televisiva sufre desde 1990: el régimen de la información en directo. Basándose en diversas investigaciones como lo hace el autor a lo largo de toda su obra, se constata una de las “obsesiones” del periodismo que es una posible “sincronización del mundo”, gracias a la información. Este régimen de la información en directo se inaugura de forma más frecuente (no olvidemos la transmisión del aterrizaje a la luna en 1969) con la caída del muro de Berlín, y la “tele-revolución” rumana de 1989, con la cual asistimos a los momentos de la historia como si estuviéramos allí. Más tarde somos testigos de la guerra del Golfo, del atentado del 11 de septiembre de 2001, y nuevamente de la guerra en Irak. Sin embargo, dicho dispositivo no permite tomar distancia de los acontecimientos, o lo que es lo mismo, no permite al menos formular un esquema narrativo. La única pregunta que los propios periodistas pueden hacerse ante la “vivencia en vivo”, es la misma que los televidentes se formulan: ¿qué está pasando? Este régimen sólo puede conducir a un tratamiento de la información especulativo o a un “relato ininteligible”. Finalmente Lochard, al concluir este capítulo, invita a reflexionar cómo esta obsesión por el flujo de información conlleva a la exacerbación de la sed de informar por parte de las televisoras que buscan llevar la primicia de los acontecimientos, pero provocando la pérdida de su inteligibilidad.

Guy Lochard, al final de su libro, subraya la necesidad de concebir la práctica de los periodistas quitándoles su aura angelical, sobre todo cuando ellos tienden a sobrevalorar su corporación profesional que no les permite una autocrítica. Lo que conlleva una resistencia frente a comportamientos más dialógicos hacia sus televidentes y a una recurrencia de prácticas periodísticas rutinarias, parciales y jerarquizadas. Una posible solución a esta problemática estructural del periodismo, Lochard la piensa inspirándose en la posición de Pierre Bourdieu: no pensar “la corrupción de las personas, sino la corrupción del campo mediático” y al mismo tiempo englobar al público en la crítica de los medios de comunicación masiva. De esta forma se puede aspirar, explica Lochard, a mantener un periodismo que convoque pluralismo y democracia.

Carlos González Domínguez. *El paisaje francés de la información en la televisión, una forma de comparar el nuestro*

Carlos González Domínguez. Doctorado y máster en Ciencias de la Información y de la Comunicación por la Universidad de la Sorbonne-Paris III. Licenciado en Comunicación por la Universidad Autónoma del Estado de México. Profesor de tiempo completo de la Facultad de Ciencias Políticas y Administración Pública de la Universidad Autónoma del Estado de México. Ex jefe del área de radio y televisión del Instituto Mexiquense de Cultura. Ha publicado “El ethos del conductor televisivo. Una comparación entre los noticiarios de Francia y México”, en *Revista Mexicana de Comunicación*, núm. 104. Línea de investigación: análisis retórico-semiótico-discursivo de la televisión, basado en los dispositivos televisuales.