

Alvaro R. De Gasperín
Armando Torres

Apuntes para una lectura crítica del discurso noticioso de la televisión mexicana

Profesores-investigadores del Departamento de Comunicación
del Instituto Tecnológico de Monterrey -
Campus Central de Veracruz, en México.

Dirección: Av. Eugenio Garza Sada N°1. Córdoba, Veracruz,
C.P. 94500. Teléfono: (271) 70531 Fax: (271) 70541

E-mail: agasperi@campus.ver.itesm.mx

E-mail: atorres@campus.ver.itesm.mx

diálogos
de la comunicación

Álvaro De Gasperín
● Armando Torres

INTRODUCCIÓN

“Lamentamos el hecho - dice Giovanni Sartori- de que la televisión estimule la violencia, y también de que informe poco y mal, o bien de que sea culturalmente regresiva (como ha escrito Habermas). Pero es aún más importante entender que el acto de telever está cambiando la naturaleza del hombre”. Es bajo esta premisa que proponemos estos apuntes que analizan el discurso televisivo actual, utilizando casos significativos en el devenir socio-político de México.

En este sentido, el discurso de la televisión mexicana equivale a ciertos contenidos noticiosos representativos del espectáculo sensacionalista que la denominada pantalla chica ha incorporado como parte de la ahora famosa “lógica del rating”, y que

ha llevado a muchos analistas por el camino de la reconsideración sobre algunas regulaciones o reflexiones de carácter ético (impuestas o autoimpuestas) que deben abordarse ante este fenómeno mediático, no exclusivo por cierto de la televisión, pero sí ampliamente impactante por las características propias de este medio de comunicación masivo.

Así pues, y utilizando elementos teóricos para poder hacer una lectura crítica, proponemos en este trabajo algunos ejes a considerar para analizar y entender el discurso que algunos noticieros -quizás los más importantes y con mayor audiencia y cobertura en México- han adoptado en una peligrosa carrera por “ganar” telespectadores, y quizás sin proponérselo directamente, emerger como los testificadores de la “realidad real” y encumbriéndose como instancias de justicia y ordenanza social.

Las emisiones de los principales noticieros televisivos mexicanos del viernes dos de abril daban cuenta de una información donde los reporteros de la “fuente” política entrevistaban al entonces Secretario de Gobierno del estado de Quintana Roo, ubicado al sureste de México, sobre el paradero del Gobernador de la entidad, Mario Villanueva Madrid; el funcionario les “reviraba” la interrogante a los periodistas, no como estrategia de defensa para evitar declarar, sino con una verdadera petición de por medio: “¿ustedes saben dónde está el Gobernador? Si saben de él me avisan, porque yo no sé dónde está.”

Más allá de la anécdota relacionada con el desconocimiento que el segundo hombre en importancia en el gobierno de un estado de la República Mexicana, tenía de la ubicación de su jefe, este episodio televisivo fue el primero de un nuevo caso de corrupción política y narcotráfico en las altas esferas de la administración pública mexicana, que empezó a ventilarse en los medios de comunicación meses atrás y que tenía un desenlace parcial en donde el medio masivo, en este caso la televisión, no iba a hacer precisamente “medio”, sino espacio público de controversia, búsqueda judicial e intercambio de declaraciones entre quienes acusaban al todavía Gobernador de Quintana Roo de una serie de supuestos delitos y el afectado que se defendía de esos señalamientos.

A partir de ese día, la noticia sobre la desaparición repentina del mandatario estatal se convirtió en mercancía cotidiana para los consumidores de los medios masivos mexicanos y algunos norteamericanos (periódicos, revistas, noticieros radiofónicos y televisivos), aumentando el grado de expectación a medida que se acercaba el fin del mandato sexenal de Villanueva Madrid que concluiría, en el ritual mexicano, con la entrega de la administración en una ceremonia solemne a su sucesor, electo días atrás.

El segundo episodio de este fenómeno político-mediático fue la aparición de quien ahora sí ya era formalmente prófugo de la justicia mexicana, acusado por la Procuraduría General de la Re-

pública de por lo menos tres delitos graves: vinculación con el narcotráfico, enriquecimiento ilícito y falsedad en las declaraciones patrimoniales con respecto a la procedencia de los bienes muebles e inmuebles del funcionario.

Y ciertamente el miércoles siete de abril Mario Villanueva Madrid -con orden de aprehensión en su contra dictada por el Ministerio Público Federal- apareció ante la opinión pública mexicana, con su equipo de abogados defensores, pero no ante los representantes de la ley, como debería ser, sino a través de un video casero que difundió en esa noche el principal programa de noticias de la televisión mexicana llamado "*El Noticiero*", dirigido por el periodista Joaquín López Doriga, y que se transmite en horario estelar por el canal abierto más importante que tiene la principal televisora privada del país, Televisa.

En el video, anunciado con bombo y platillo por el conductor del programa de noticias, Mario Villanueva Madrid pidió "la intervención del presidente (Ernesto) Zedillo para aclarar su caso, y acusó al procurador general, Jorge Madrazo Cuéllar, y al fiscal antidrogas, Mariano Herrán Salvatti, de fabricar pruebas y beneficiar a testigos protegidos, para encarcelarlo".¹

Sobre este caso pueden generarse varias interrogantes y posibles explicaciones, no estrictamente relacionadas con el binomio política-medios de comunicación, como por ejemplo ¿Por qué el ex-gobernador acu-

de a una instancia "electrónica" y no judicial para dilucidar su caso con las autoridades mexicanas? ¿Por qué, si ya era sujeto de revisión por parte de la justicia mexicana desde meses atrás por su desenvolvimiento como funcionario público, se "esperó" a que prácticamente pudiera huir y posteriormente librarle la orden de aprehensión? ¿Por qué tuvo a nivel logístico tantas facilidades para escapar? Sin embargo, la intención no es escudriñar los laberintos de la justicia y de la política mexicana, sino analizar a los medios masivos, concretamente a la televisión, desde la óptica de "que ya no son sólo testigos o escenarios de los asuntos públicos, sino parte activa en la construcción de una agenda pública repleta de mitificaciones y confusiones".²

La prensa escrita del día siguiente informó ampliamente sobre la noticia -tomando como "fuente informativa" al noticiero en cuestión, y añadió datos como que "el 31 de marzo a las 21:25 horas y en lugar no identificado se elaboró el video, es decir, cuatro días antes de haber desaparecido públicamente después de rendir su último informe de gobierno".³

Así los medios impresos (diarios y revistas) básicamente de circulación nacional, a diferencia del manejo televisivo digamos sensacionalista, se dedicaron, a través de géneros periodísticos como el editorial, el artículo, el reportaje y la columna a analizar en los días posteriores todas las implicaciones jurídicas, políticas y sociales del caso, dando a los

consumidores de estos medios (muy limitados por cierto en el ámbito mexicano)⁴ más elementos de análisis, es decir, aportaron al receptor interesado marcos de referencia informativos para construir, a partir de ahí, posibles escenarios sobre el qué y cómo pensar, marcando una distancia significativa con el medio electrónico (la televisión) que sólo mostró el "espectáculo" del video sin ofrecer al televidente una propuesta donde el medio masivo generara una orientación y juicio del hecho, ya sea del conductor del noticiero (líder de opinión) o de la televisora como tal.

Otro caso similar en el manejo informativo a través de la llamada "pantalla chica", presentado días después por las dos empresas de televisión más importantes en México, Televisa y TV Azteca, fue el traslado del hermano del expresidente de México Carlos Salinas de Gortari de una prisión de alta seguridad federal a una cárcel estatal en donde se encontraba purgando una condena de 50 años.

Dadas las características del entorno político y el poder e influencia que ejerció Raúl Salinas de Gortari en los seis años en que su hermano fue Presidente de México, su encarcelamiento, juicio y posterior sentencia habían provocado, en los últimos cuatro años, diversos debates en todos los niveles de la opinión pública mexicana, siendo uno de los últimos episodios el logro, por parte de su equipo de abogados, de que las autoridades correspondientes accedieran al cambio de cárcel.

La cobertura informativa por parte de los principales noticieros televisivos se centró básicamente en el espectáculo de captar el momento del traslado y de lograr la “primicia informativa” de tener imágenes del preso en su nuevo reclusorio; resulta significativo que, dada la dramática y sensacionalista premura del rating por parte de las televisoras una, TV Azteca ofreció a los televidentes de su principal noticiero nocturno “*Hechos*” imágenes de una supuesta camioneta donde iba Raúl Salinas de Gortari escoltado camino a la cárcel estatal, sin embargo “*El Noticiero*”, principal emisión informativa de Televisa desdijo a su competencia señalando que el vehículo presentado por la otra empresa no era “y que ellos sí tenían imágenes reales del transporte y además las primeras tomas de Raúl Salinas de Gortari en su nueva cárcel”.

Ciertamente “*Hechos*” había grabado el vehículo equivocado y “*El Noticiero*” había acertado en su filmación, además de que esta última empresa presentó en efecto las imágenes prometidas del reo, aunque estas fueron de aproximadamente 20 segundos, en donde presentan al sentenciado caminando en un pasillo, acompañado de una persona no identificada. Fue todo.

Dice Sartori que “la televisión no es un anexo; es sobre todo una sustitución que modifica sustancialmente la relación entre entender y ver. Hasta hoy el mundo, los acontecimientos del mundo, se nos relataban (por escrito); actualmente se nos muestran, y el relato (su expli-

cación) está prácticamente sólo en función de la imágenes que aparecen en la pantalla”⁵.

En este sentido, y en el marco del caso narrado, es importante destacar que para el receptor de la televisión “ver” las imágenes del traslado y del reo en la cárcel significa básicamente ver también la realidad, aunque al medio no le preocupe o importe que el televidente la entienda. La televisión así se convierte, como relatora de la realidad, en la principal testificadora de que las cosas suceden, de que son reales, cuando simplemente el hecho pasa, independientemente de que al receptor le presentan imágenes de coches o personas.

Así, siguiendo a Sartori, lo que mostraron en esa noche -el relato y su explicación- los principales noticieros de la televisión mexicana, sólo estuvo en función de imágenes en la pantalla, como simple y pura representación visual para un espectador que, satisfecho de ver, presumiblemente creyó entender, y sobre todo confirmar, que se le informó, aunque de hecho sólo recibió nociones bajo la “autoridad de la imagen”.

¿Qué nos dejan las experiencias antes relatadas, así como otros casos equivalentes con respecto a la televisión, las noticias y la comunicación?

La televisión como medio audiovisual es -hasta ahora- el más influyente en nuestra sociedad, instrumento que se reproduce a una velocidad asombrosa en nuestros hogares, de fácil aceptación de sus contenidos

mediocres -por su bajo costo para el receptor- (porque ir al cine, por ejemplo, implica salir de casa, transporte posiblemente a grandes distancias, pagar un boleto e inclusive “las palomitas” y el refresco) y que no exige esfuerzo y gran inversión económica.

Para nadie es un secreto que la televisión actualmente se encuentra sometida a la ley de la oferta y demanda, mediante un concepto azaroso conocido como rating. Así, este medio descubrió que los noticieros eran tiempos muertos que podían satisfacer una necesidad social, pero que en la mayoría de los casos no alcanzaban los puntos altos de audiencia, a menos que se reconstruyeran en sus contenidos y formas de presentarlos.

Si el cine desarrolló la expresión visual de la ficción hasta límites artísticos -a la que la televisión, limitada técnica y económicamente nunca llegará- este medio audiovisual tenía que aprovechar una de las características que le son esenciales: la inmediatez de la imagen visual y con ello, el aumento de garantías de verdad y realidad.

En esta modalidad no se puede hablar de alguien o de algo sin enseñarlo, la noticia en vivo. A través de sus vigilantes en el aire (helicópteros) y en la tierra (autos o motocicletas) dan cuenta de los acontecimientos inmediatos casi tal cual suceden; cada vez es más común encontrarnos en nuestros noticieros los formatos que se desarrollaban en otros tipos de programas.

Así la televisión ha construido su discurso con esta modalidad del programa de noticias, pero aderazado con una elaboración dramática: música de fondo, el periodista como participante activo del hecho, el plano visual impreciso, desenfocado, movido, pero asegurándonos con ello el hecho de ser real, buscando con esto llamar la atención del espectador que se sienta a “ver” la televisión, perdiendo así la dimensión de las consecuencias que los hechos tienen o puedan tener.

En su drástico recorrido por la búsqueda de rating han vendido su alma al diablo, la publicidad ha precedido o sustituido al juicio crítico del emisor. Este nuevo “territorio vivo” como lo llamó Furio Colombo, construye una impresión de democracia, principalmente por el acceso aparente donde no lo hay en el territorio real; la televisión aparece como una prolongación de cualquier institución democrática, y al asumirse como tal lo más natural es que su discurso sea tan poderoso y validado como cualquier otra institución.

Pero su poder “real” en ese territorio se diluye en la realidad. Para el receptor no es demasiado diferente, si Ellul tiene razón: “al relajarse la tensión mental disminuye el control de los sentimientos y las emociones (...) se produce cierta renuncia o evasión del mundo real y alcanza su máxima intensidad la impresionabilidad de la imagen”⁶. Entonces, lo importante no es la información sino la imagen y la opor-tunidad temporal que expresa.

Pero aclaremos, si los noticieros tienen como función primaria y prioritaria informar, entendiendo este término como “un conjunto de mecanismos que permiten al individuo retomar los datos de su ambiente y estructurarlos de una manera determinada, de modo que sirvan de guía de su acción”⁷, habría que preguntarse entonces si este tipo de búsqueda noticiosa realmente informa al receptor; ya Sartori discutía sobre el tema e incluía la idea de que la información significa entender algo, es saber y no sólo una acumulación de nociones.

Si el acontecimiento que merece ser reseñado se fundamenta en su posibilidad de ser grabado, no es extraño que sea la entrevista el recurso más usual de la televisión para procurarse de información, pero también es cierto que, como dice Eco, “entrevista quiere decir regalar el propio espacio para hacerle decir lo que él quiere aun cuando el entrevistado no tenga nada que decir”⁸.

Ejemplo de lo anterior fueron las entrevistas que se difundieron por las dos principales televisoras mexicanas en sus noticieros con respecto a Daniel Arizmendi, un famoso secuestrador, que gustaba cortar orejas como medida de presión a los familiares de las víctimas. Televisión Azteca y Televisa tuvieron la exclusiva y las autoridades permitieron con toda disposición la exposición ante las cámaras de televisión para que le interrogaran con toda facilidad fuera del proceso judicial; mención especial requieren también

las preguntas que se dedicaron a hacer hincapié en las partes más amarillistas y rojas del hecho, como aquellos cuestionamientos sobre la manera de cortar orejas, los instrumentos usados y una pregunta periodística de antología: “¿nos puede mostrar las orejas?” a lo que Daniel Arizmendi, sumisamente, mostró su oreja en un dramático close-up.

En este caso -como el del exgobernador del video casero y el del traslado del “hermano incómodo” del sexenio salinista, narrados al principio del texto- aparecieron como efectos oportunistas del medio, más que como una propuesta informativa donde el receptor obtuviera de la televisión un juicio y una orientación y se fiara de la opinión del crítico conocido o de la seriedad de la televisora.

CONSIDERACIONES FINALES

● Los casos anteriormente relatados nos ofrecen datos importantes para revisar el papel de la información noticiosa de la televisión en México, que podemos concentrar en dos situaciones de análisis concretas:

Primero: el rasgo de gran relevancia que el medio televisivo ha tomado sobre otros medios, al situarse sobre la justicia legal, ya sea decidida por el sujeto directamente relacionado con el acontecimiento o con las circunstancias que legitimen la eficacia del trabajo policiaco y remarquen la mons-

truosidad del individuo desnudado de su identidad social.

Segundo: la otra característica importante, y que se ha exaltado últimamente, es lo que algunos productores consideran que es la mejor televisión, es decir, la que reproduce en directo los hechos, la de los noticieros, el aumento de la incertidumbre.

Así, la apuesta a lo impredecible, al shock, a lo que nadie pueda creer, entre más novedoso -y si es en vivo o en exclusiva es mejor- ha generado en muchos casos la falta de una apreciación moral sobre los asuntos presentados, no sólo desde el punto de vista del emisor, sino hasta del receptor, que tampoco exige del medio un punto de referencia, ya que por experiencia sabe que la televisión es completamente irreflexiva.

Finalmente, es de observarse que sobre el medio en sí hay poco que esperar, difícilmente esta vorágine puede revertirse. Sin embargo, quizás educar a las audiencias, apelar a ciertos términos de regulación ética o, utópicamente, esperar un cambio de rumbo en la producción y enfoque de los noticieros mexicanos y en general de la televisión, puedan convertirse en salidas a procesos que, como lo profetiza Sartori, “están produciendo una permutación, una metamorfosis que revierte en la naturaleza del mismo homo sapiens”⁹.

NOTAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Periódico *La Crónica Hoy*. Edición para Internet. Nota de Moisés Sánchez y Alejandro Páez. Jueves 8 de abril de 1999, México.
2. Trejo Delarbre, Raúl *Volver a los medios. De la crítica a la ética*. Editorial Cal y Arena. México, 1997. Página 4.
3. Periódico *La Crónica Hoy*. Edición para Internet. Nota de Moisés Sánchez y Alejandro Páez. Jueves 8 de abril de 1999, México.
4. Cuando afirmamos que “el consumo de medios impresos (diarios y revistas) en México es limitado” queremos remitirnos a unos datos sobre el tema que consigna Raymundo Riva Palacio en un trabajo recién publicado en la revista *Mexicana de Comunicación* (Nº 57 de enero-marzo de 1999) llamado “Cultura política, medios de comunicación y periodismo en México”. Dice el analista, comparando las ventas de periódicos en México, en relación con otros países, que, por ejemplo “en 1995, mientras el diario madrileño *El País* vendía con una relación de 125 ejemplares por cada mil habitantes, los diarios mexicanos de mayor circulación manifestaron tener la siguiente venta en la capital: *Esto* (periódico deportivo), cuatro ejemplares por cada mil habitantes, *Excélsior*, *La prensa*, *Novedades*, dos por cada mil; *El Financiero*, *La Jornada*, *El Universal*, *Ovaciones* 1ª edición, *El Heraldo*, *Ovaciones* 2ª edición, y *Reforma*, un ejemplar por cada mil habitantes del Distrito Federal. En el caso de las revistas, señala el periodista “hay una suficiente ventaja (en su consumo) de la revista de espec-

táculos *Eres*, seguida de *TVNovelas* y posteriormente la edición de *Proceso*, revista de temas principalmente políticos, económicos y sociales sobre México.

5. Sartori, Giovanni. *Homo videns. La sociedad teledirigida*. Editorial Taurus. España 1998. Página 36.

6. Ellul J. *La palabra humillada*. SM. Madrid, 1983. Página 161.

7. Paoli, A. *Comunicación e información*. Editorial Trillas. México, 1990.

8. Eco, Umberto. *Cinco textos morales*. Editorial Lumen. España, 1998.

9. Sartori, Giovanni. *Homo videns. La sociedad teledirigida*. Editorial Taurus. España, 1998. Página 36.