



Cuadernos de Información

ISSN: 0716-162x

dgrassau@uc.cl

Pontificia Universidad Católica de Chile  
Chile

PAJONI, HERNÁN

Noticieros en Argentina: cerca del espectáculo, lejos de la política  
Cuadernos de Información, núm. 31, diciembre, 2012, pp. 129-138

Pontificia Universidad Católica de Chile  
Santiago, Chile

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=97124883011>

- ▶ Cómo citar el artículo
- ▶ Número completo
- ▶ Más información del artículo
- ▶ Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal  
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto



## Apartado: Otros Temas

# Noticieros en Argentina: cerca del espectáculo, lejos de la política News in Argentina: Near the Show, far from Politics

(ARTÍCULO)

HERNÁN PAJONI, Pontificia Universidad Católica Argentina, Buenos Aires, Argentina (hernan\_pajoni@uca.edu.ar)

► Recibido: 24/agosto/2012 . Aceptado: 23/octubre/2012

### RESUMEN

Este trabajo hace un recorrido sobre la historia de los noticieros y sobre las principales características que definieron el tratamiento de la información en la televisión abierta desde sus inicios. A partir de la tendencia actual de los noticieros, propia de los esquemas del *infoentretenimiento*, se realizó un análisis sobre la agenda de temas y el uso de las fuentes para la validación de esa información. Los resultados obtenidos muestran una clara tendencia a la prioridad que se da a las noticias policiales y de información general, con escasas fuentes expertas.

### ABSTRACT

*This paper journeys on the history of news and the main features that defined the information processing in broadcast television since its inception. From the trend of current news, based on the infotainment schemes, we analyze the topics agenda and the use of sources to validate that information. The results show a clear tendency: priority is given to police news and general information, with little expert sources.*

DOI: 10.7764/cdi.31.459

**Palabras clave:** noticieros, *infoentretenimiento*, representación de la realidad, comunicación audiovisual

**Keywords:** newsreels, *infoentertainment*, journalism, reality representation, audiovisual communication

El término noticia se ha instalado en el sentido común como la representación genuina de lo que efectivamente sucede 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 crece en impacto potenciado por la fuerza de los recursos audiovisuales.

Por su parte, el rol de los medios masivos en la reproducción y consolidación de una visión ordenadora y canónica de la sociedad es ya una verdad repetida. 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. Así, los acontecimientos publicados se presentan con una fuerza de verdad tal que nos exigen permanentemente advertir de las mediaciones y las huellas productoras de esa verdad visualmente irrefutable.

La televisión abierta y comercial ha consolidado características bien definidas. Las demandas históricas por el cumplimiento de ciertos deberes del orden pedagógico, cultural y educativo, y por un conjunto de exigencias éticas, fueron poco a poco silenciándose a la luz de una dinámica de producción y consumo incontenibles, y de la cristalización de una lógica empresarial que transforma en simples mercancías productos culturales de gran alcance e influencia. El esfuerzo de algunas instituciones por generar conciencia sobre las consecuencias del impacto de los mensajes audiovisuales en la sociedad se desvanece frente a una industria cada vez más poderosa y legitimada por las propias audiencias.

La expansión de la televisión por cable, que en Argentina ha tenido un crecimiento excepcional por sobre cualquier otro país de Latinoamérica, tiende a compensar el abandono explícito –salvo contadas excepciones– que hizo la televisión abierta sobre los contenidos culturales/educativos. No obstante, hay un género que sufre más que ninguno el definitivo desplazamiento hacia el entretenimiento: los noticieros. El periodismo audiovisual en su formato diario está cada vez más condicionado por la impronta de las exigencias comerciales de la programación televisiva en su totalidad. Este condicionamiento provoca la elaboración de informes periodísticos en los que predomina una estrategia de atracción del televiidente, independientemente de la calidad o rigurosidad de su contenido. Es decir, la profusa generación de imágenes

y sonidos destinados a provocar una atención sostenida en las audiencias no dialoga confortablemente con las premisas básicas de la acción profesional.

El género informativo audiovisual debe abastecer las expectativas de la audiencia en virtud de un pacto de credibilidad y confianza, cuyo principal aspecto es la provisión de contenidos que den cuenta de la realidad a través de particulares modos de referirse al mundo exterior. A su vez, el género informativo se constituye socialmente en el discurso de la referencialidad externa, formando hábitos de consumo y modos legitimados de comprensión de la realidad. Por lo tanto, es indispensable advertir que un cambio en los pactos de la *verdad*, también provoca cambios en los modos de reconocer el discurso periodístico y de configurarse la realidad.

Por este motivo, un noticiero basado en la lógica pura de la competencia entre las programaciones de la misma banda horaria, es decir, la concepción de que un noticiero debe competir en interés y atención contra una tira de ficción exitosa, desnaturaliza inexorablemente el género y los formatos convencionales de la producción periodística. En este contexto, es necesario recuperar la conciencia de que los productos informativos, independientemente de su formato, aportan perspectivas de la realidad que se transforman, por la fuerza de su institucionalidad, en verdades que organizan el funcionamiento social. De esta forma, la noticia como institución debe estar a la altura de la exigencia de una fuerza ordenadora de sentidos y, en consecuencia, transformarse en un modo de conocimiento capaz de agregar experiencias y saber a la comunidad.

La lógica que adopta la televisión abierta pone al descubierto la contradicción entre los principios de la acción periodística y las urgencias propias del régimen del mercado (González Requena, 1998). La lucha en el mercado televisivo y las disputas por la venta de audiencias a los auspiciantes –vía rating– pone en tela de juicio la naturaleza del periodismo audiovisual.

Esta investigación propone un recorrido de carácter histórico sobre las características de los formatos que organizaron la producción y la emisión de la noticia televisiva en Argentina, y la conceptualización de esos procesos. En el marco de esa evolución de los esquemas productivos, el trabajo realiza un análisis sobre la selección temática y sobre la relevancia de las fuentes en el marco de los actuales procesos hacia el *infoentretenimiento*, la *ficcionalización* y los nuevos pactos de consumo que el discurso informativo en la televisión abierta genera con sus públicos.

## MARCO TEÓRICO

### FORMATOS E HISTORIA DEL FORMATO

En la evolución del discurso de la televisión, Eliseo Verón (1986) ofreció una *historización* de los modos de representación de la realidad que sostuvieron la información en registro audiovisual desde sus inicios en la Argentina.

La primera etapa se manifestó a través del “universo cinematográfico de la representación” (Verón, 2001, p.20.), cuyo antecedente se expresó en el noticiero Sucesos Argentinos que, a partir de 1930, se exhibía en las salas de cine antes de los largometrajes, como instrumento de propaganda política, pero cuyo esquema productivo e informativo planteó las bases de los futuros noticieros televisivos a partir de 1960 en Argentina.

Se trataba de un modelo clásico que consistía en un montaje de imágenes acompañado por una voz en off que cubría acontecimientos especiales –inauguraciones, actos gubernamentales– y donde aparecían los primeros rudimentos de los recursos para la producción de noticias televisivas: montaje de imágenes con una voz que, con carácter neutral y descriptivo, ofrecía un relato sin condimentos emotivos, con el formato básico que constituye el primer esquema de las noticias en televisión.

Esta etapa inaugura la aparición en escena de las imágenes en movimiento al servicio de la información, cuya potencia comunicativa no va a tener parangón en la construcción de la realidad a los ojos de los espectadores.

Aquí me permito el desarrollo de un concepto central y de las consecuencias en los alcances que la realidad y su representación audiovisual pueden tener en los públicos a partir del impacto de la imagen en movimiento en las noticias. Porque 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.

La evidente 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, al menos, estar atenuada. Nos enfrentamos así, a 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.

La segunda etapa se constituye cuando el noticiero adquiere, a través de la televisión, un modo propio de representación y por tanto un nuevo “régimen espectatorial” (Carlón, 2006). “Aparece alguien en la pantalla que habla mirándonos a los ojos. Se inaugura el dispositivo del contacto” (Verón, *Op.cit.*).

El mismo autor (Verón, 2001, p. 20) sostiene que, en este salto de época, 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. Se caracteriza a la televisión por las implicancias de la imagen pero “lo esencial es el registro del contacto: el cuerpo significante y la economía de la mirada” (Verón, 2001, p. 43).

En esta segunda etapa aparece, en términos de Verón (1986), el “presentador ventrilocuo”, que inaugura un vínculo con los espectadores basado en la mirada a cámara, con el fin de establecer un contacto que, de aquí en adelante, evolucionará para promover una nueva credibilidad sostenida sobre el reconocimiento mutuo. No obstante, en la década del 60 nace “...un modelo inicial en el que la legitimidad de lo que se contaba no pasaba en ningún momento por el que lo presentaba. Se podía creer o no, pero él no tenía ningún papel en la construcción de esa información”. (Verón, 1986, p. 48). En este período, los noticieros televisivos asignan al presentador un grado cero de la enunciación, una función de pivote y traspaso de un informe a otro como soporte de la noticia, en una relación de neutralidad emotiva y editorial entre la información y la audiencia.

### Allá lejos y hace tiempo: televisión pedagógica y paleotelevisión

Se propicia en este período de surgimiento de la televisión privada en Argentina, a partir de 1960, la concepción del fenómeno televisivo como una institución al servicio y formación del espectador/ciudadano, cuya misión se planteaba –por lo menos en términos ideales– sobre la base de un rol divulgador y democratizador, atendiendo a la función del desarrollo humano. El carácter pedagógico de la *paleotelevisión* proporcionaba al Estado un instrumento para la reproducción cultural y un vehículo de divulgación con fines educativos.

Este “debe ser” fue desplazado por la dinámica que adquirió luego la producción industrial en el mercado de la cultura, que moldeó definitivamente los contenidos de la televisión abierta. Aunque este análisis excede por su complejidad los alcances de este trabajo, la televisión sufre a continuación la tendencia a transformarse en un *mal objeto*. Mario Carlón (2006) realiza un aporte relevante sobre el régimen de consumo que fundan los lenguajes cinematográfico y televisivo, y se interroga acerca

de la legitimidad de uno y otro, entre cine y televisión: buen objeto vs. mal objeto.

¿Cuáles son las razones por las cuales la televisión se transformó en un mal objeto? Mario Carlón sostiene que el núcleo de la institución cinematográfica se basa en “tres máquinas: la que fabrica filmes, las que los consumen y la que se refiere a ellos (los alaba); que mantienen y tratan siempre de reconstituir una relación de buen objeto con lo cinematográfico” (Carlón, 2006, p. 48). Para concluir luego en el reconocimiento social de un lenguaje específico y una forma del arte. Lo televisivo no corre la misma suerte, funcionan sus dos primeras máquinas al igual que el cine, pero “la máquina que lo alaba”, lejos de producir legitimidad sobre su discurso, condensa visiones condenatorias y descalificadoras.

En relación con los noticieros, los modos en que los espectadores se configuran como audiencia tiene, en el caso de la no ficción, particularidades que lo constituyen como un discurso de largo alcance en materia de credibilidad, sostenido, entre otros aspectos, por la fortaleza del género periodístico en su función referencial y el impacto de verdad propio del lenguaje audiovisual.

Finalmente, en esta rápida *historización* de formatos, y claramente emparentado con el inicio de la década de los 90 en Argentina, en una tercera etapa emerge el espacio voluminoso de los estudios centrales, donde se promueve la representación de la acción noticiosa. Se abre el plano de la cámara, aparecen en escena sus actores principales y se expone la maquinaria productiva de la noticia en el proceso de procrear la realidad. Lorenzo Vilches (1995) lo llama el “espacio nodal”, donde “el estudio de televisión es la parte visible de la producción de información (...) se simula el carácter externo del trabajo periodístico. (...) el presentador atenta con su protagonismo la relación entre el espectador y el relato del acontecimiento”. Como advirtió Eco, cuando recién asomaba la configuración de este proceso, “la fuerza de esta verdad, que el presentador anuncia e impone quizás implícitamente, es tal que alguien puede creer, como hemos visto, que le habla solo a él” (Eco, 1983).

Podemos señalar que se trató de un desplazamiento de la credibilidad y los fundamentos de validación de la verdad de los referentes que constituyen los acontecimientos. De ahí el carácter central que adopta la escenificación de la arquitectura de los estudios de transmisión, pues ahora es allí desde donde el acto de enunciación creíble se inaugura.

En congruencia con este nuevo formato, cambian los registros del lenguaje, con una tendencia al carácter coloquial y la utilización por parte de los conductores, del *nosotros inclusivo*

para construir un distanciamiento de los acontecimientos y un acercamiento retórico y vincular con las audiencias: “Tomar distancia de la información implica producir un proceso de proximidad con el espectador y rompe con la diferencia del periodista que sabe informa a la audiencia que no sabe” (Verón, 1983). Los especialistas en escena refuerzan la cercanía de conductores y audiencias, pues desciende el conductor en su entendimiento frente al saber técnico, al igual que los públicos.

#### La era de la neotelevisión

La característica principal de la Neo TV es que cada vez habla menos (como hacía o fingía hacer la Paleo TV) del mundo exterior. Habla de sí misma y del contacto que está estableciendo con el público. Poco importa qué diga o de qué hable (porque el público, con el telemando, decide cuándo dejarla hablar y cuándo pasar a otro canal). Para sobrevivir a ese poder de comutación, trata entonces de retener al espectador diciéndole: “Estoy aquí, yo soy yo y yo soy tú.” La máxima noticia que ofrece la Neo TV, ya hable de misiles o de Stan Laurel que hace caer un armario, es ésta: “Te anuncio, oh maravilla, que me estás viendo; si no lo crees, pruébalo, marca este número, llámame y te responderé. (Eco, 1983, p. 86)

Las transformaciones que experimenta la televisión como industria cultural no involucran únicamente al tratamiento de las noticias y sus formatos. Por el contrario, los cambios de lenguaje y, por ende, los nuevos modos en que se manifiesta el pacto de consumo o lectura tiñe al conjunto de la programación. La era de la denominada *neotelevisión* hace referencia a cambios sustanciales que avanzan sobre el régimen estable de encasillamiento por género, estabilidad que definía un modo de consumo entre industria y audiencia. En cambio, la hibridación de géneros promueve una licuación de parámetros respecto de las estructuras constituyentes de los géneros tradicionales y se manifiesta una clara tendencia a la mezcla entre información y espectáculo, en el que las fronteras que ordenan la jerarquía de las temáticas de interés público pierden prevalencia. Así, el discurso televisivo es capaz de reproducir temas y problemas sin diferenciación entre el interés público y privado; tendencia consolidada que inaugura otro vínculo entre el discurso televisivo y sus públicos, es decir, otro pacto de lectura. Los públicos se ven expuestos a la creación de un nuevo dispositivo comunicativo que opera con una dinámica de interpelación emotiva, haciéndolos partícipes de un discurso que, en forma permanente y estructural, los incluye con la aparición, en espejo, de lugares comunes habitados por un hombre común.

La coronación de este proceso inexorablemente opera con una transformación en el registro del lenguaje. El habla y su gestualidad, las ironías y las complicidades son propias de los usos de la comunidad de consumo que refuerzan la afinidad del contacto, pues también comparten discurso y públicos el mismo idioma, en el sentido más amplio del término. Se concreta así una nueva forma de vinculación en el espacio comunicativo.

#### **La hora de infoentretenerte**

La ruptura entre el discurso referencial y el discurso ficcional se instituye con la fundación de un nuevo parámetro, teórico y práctico: el *infoentretenimiento*. El fin de las barreras separadoras de los géneros y, por tanto, de los pactos de lectura convencionalizados establece, en el plano de lo informativo, una mezcla que complejiza el origen de los insumos para la producción noticiosa, y la aplicación de recursos retóricos, semánticos y estéticos convergentes para la generación de discursos y formatos. Para J.C. Lozano (2000) el *infoentretenimiento*, en el plano de la producción del formato noticiero, se caracteriza por la combinación de la información con el entretenimiento, con el propósito de atraer audiencias normalmente no interesadas en el seguimiento de las noticias en televisión, y transformando las noticias en espectáculo como “piezas dramáticas o sensacionalistas”. Así, la fusión de la información con el entretenimiento se manifiesta hoy en un evidente proceso hacia la *espectacularización* y *ficcionalización*, dos conceptos que requieren una definición precisa para presentar el marco conceptual que guía los interrogantes de esta investigación.

La *ficcionalización* puede ser definida como “el empleo de estrategias propias de las convenciones reconocidas para la ficción en programas no ficcionales” (Farré, 2007, p. 7), considerando la no ficción como la existencia de una relación probable entre el discurso y la realidad del referente que compone el conjunto de los acontecimientos. La *ficcionalización*, como uno de los conceptos centrales que describe el proceso de incrustación de los recursos de la ficción en el discurso informativo, obedece a varios elementos vinculados a las transformaciones que experimentó la neotelevisión en su dinámica en pos de provocar convocatorias de audiencias a través del entretenimiento, la interpellación emotiva y el contacto con los conductores. Farré (2007) enumera algunos de los recursos que los noticieros utilizan en este contexto: diálogo cómplice entre conductores, dramatizaciones, relatos de suspense, musicalización, exhibición del estudio central. Por su parte, Lozano (2000) hace una caracterización semejante con la pretensión de exemplificar un concepto que se deriva naturalmente de la

*ficcionalización*: la *espectacularización*, que se vuelve evidente, realizando una simple observación de los recursos de los noticieros: apelación a las emociones, *editorialización* por parte de los conductores que adoptan tonos de voz altos y rápidos, con énfasis dramáticos.

## **METODOLOGÍA**

### **EL ESTUDIO DE LOS NOTICIEROS EN ARGENTINA**

La caracterización de los recursos para la puesta en escena de la producción del discurso informativo tiene su correlato en la definición de la agenda temática, pues se experimentan, necesariamente, cambios en el proceso de tematización. Así las secciones noticiosas sufren cambios pronunciados sobre los acontecimientos considerados relevantes para la población, en un cambio en la representación del mundo desde la construcción del discurso informativo.

Esta investigación realiza un análisis de contenido de los cinco noticieros en sus ediciones centrales, pertenecientes a los cinco canales de televisión abierta de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y pretende dilucidar el impacto de los nuevos formatos de la noticia sobre las secciones informativas.

La muestra representa una semana completa de cada uno de los noticieros con criterios de división temática y clasificación de las fuentes de información, para una aproximación a los criterios de calidad informativa en este aspecto.

#### **Secciones informativas:**

- Política
- Internacional
- Interés general
- Economía
- Policial
- Deportes
- Espectáculos

#### **Fuente de información:**

- Testimonial
- Experta
- Oficial pública
- Oficial privada
- Oficial gubernamental
- No identificada

La unidad de análisis está definida para los casos de *informes editados*, es decir, quedan excluidos de la muestra otros recursos producidos en el estudio central, como por ejemplo, el tratamiento de temas por especialistas y la intervención de

conductores en la locución de información sobre imágenes emitidas en simultáneo.

Los informes editados constituyen el proceso de producción más complejo, con mayor intervención de los profesionales y de recursos destinados a la generación de noticias. Este material será analizado con el objeto de observar cuál es la tendencia en la agenda de temas que promueven los noticieros a partir del proceso de consolidación de los nuevos esquemas de programación televisiva analizados.

## RESULTADOS

Los resultados obtenidos permiten observar un esquema homogéneo en los noticieros de los cuatro canales privados de televisión abierta (*Telefé Noticias*, *Telenoche*, *América Noticias* y *Telenueve*) respecto de las prioridades temáticas, su tratamiento y los recursos utilizados en la construcción del formato.

La contundente muestra de la preferencia por temas vinculados a la noticia policial y de interés general revela una decisión de los esquemas productivos por seleccionar y recu-

**Tabla 1. Análisis de los noticieros de la edición central de los cinco canales abiertos de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (% de informes editados)**

Temas	Telefe Noticias	Telenoche	América Noticias	Telenueve	Visión 7
<b>Policiales</b>	54.4 %	16.5 %	50.0%	33.0 %	9.5 %
<b>Interés general</b>	31.2%	31.0 %	19.5 %	29.2 %	4.7 %
<b>Deportes</b>	6.0%	15.2 %	10.0 %	13.5%	4.7 %
<b>Espectáculos</b>	4.0%	9.0 %	3.0 %	15.3 %	4.7 %
<b>Política</b>	2.2 %	22.0 %	3.2 %	3.5 %	52.5 %
<b>Economía</b>	-		3.0 %	5.5 %	9.5 %
<b>Internacional</b>	2.2 %	6.3 %	1.3 %		14. 4 %

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 2. Análisis de noticias policiales y de interés general en los cinco canales abiertos (% de informes editados)**

	Policiales	Interés general	Representación del total
<b>Telefé Noticias</b>	54.4 %	31.2 %	85.6 %
<b>Telenoche</b>	16.5 %	31.0 %	47.5 %
<b>América Noticias</b>	50.0 %	19.5 %	69.5 %
<b>Telenueve</b>	33.0%	29.2%	62.2 %
<b>Visión 7</b>	9.5 %	4.7%	14.2 %

Fuente: Elaboración propia

perar temáticas coherentes a las necesidades que imponen los nuevos pactos de lectura y los nuevos modos de contar, como lo representa más claramente la Tabla 2.

No es casual tampoco la alta representación en la agenda de temas en espectáculos y deportes, manteniendo una referencia marginal de los temas de la política nacional e internacional, como se observa en la Tabla 1.

### **LOS NOTICIEROS DE LA TELEVISIÓN PRIVADA**

Se registra, como parte de la tendencia general ya descrita sobre los criterios de producción noticiosa predominantes, un conjunto de estrategias vinculadas a la necesidad de promover un discurso informativo que convoque la atención de los públicos a través de apelaciones emotivas e impacto audiovisual. Esto implica el uso de la música como un recurso ya prácticamente inherente al proceso de edición del material, el despliegue de un estilo de conducción con altos grados de gestualidad, involucramiento afectivo de los conductores con los acontecimientos y una clara dirección del discurso a la interpellación de las audiencias. Las aperturas de noticieros con imágenes que promueven el impacto emocional, las locuciones estremecedoras, y el vínculo amistoso y lúdico entre la pareja que ocupa la mesa de conducción constituye un sistema cristalizado de registro de acontecimientos y esquemas de relatos sobre la realidad.

Ahora bien, cuáles son entonces los resultados que este formato produce sobre el perfil de la agenda temática generada por los noticieros, y cuáles los criterios informativos en cuanto a calidad de las fuentes que fundamentan la veracidad de los hechos. Los resultados son concluyentes respecto de la prioridad temática que se impone en el sumario de noticias que seleccionan y procesan los noticieros televisivos de la Ciudad de Buenos Aires. No se puede, en este contexto, pasar por alto el gran nivel de dependencia de las demás regiones del país de la producción noticiosa de la capital de la Argentina, para ponderar también el alto nivel de impacto que produce esta agenda de preocupaciones en el conjunto del territorio.

Los formatos de noticieros que se han impuesto en esta década no solo generan una retórica particular ni una modalidad singular del discurso, sino que los modos de enunciación, la dinámica productiva facilitada por la sofisticación de los recursos de producción y posproducción, y el discurso informativo lanzado a la lógica de la tentación de las audiencias bajo el propósito de la captura

del rating, tiene un impacto social relevante en los modos de representar la realidad y en la representación general que las sociedades se hacen de su propia idiosincrasia. Preocupación que subyace a toda investigación sobre los modelos de realidad postulados por los medios masivos de comunicación. Pero, en materia de producción de realidad, esta inquietud recrudece y se reavivan antiguos planteos que fueron fundacionales del campo de la comunicación y los estudios sobre periodismo “Hay grandes paquetes de realidad que los sujetos no experimentan directamente ni definen interactivamente en su vida cotidiana, sino que dependen exclusivamente de la mediación simbólica de la comunicación de masas”. (Weaver, 1996, p. 225)

### **¿Por qué los policiales y el interés general?**

Las historias de vida dolorosas del hombre común siempre devuelven un espejo para los públicos, un espejo de lo que experimenta el habitante común. En este sentido, ante un paro de actividades que afecta al ciudadano de a pie que quiere llegar a su trabajo, tendrán más valor, en la búsqueda de la identificación afectiva con la audiencia, los testimonios de los afectados que el relato más complejo de un conflicto gremial de trabajadores con una empresa o con un gobierno. Esta lógica de pensamiento deriva naturalmente de la elección que hace el discurso informativo en la búsqueda de un vínculo particular con sus espectadores.

La decisión de una modalidad del discurso y de un cariz expresivo particular debe estar acompañada por una escala temática coherente con ese relato. Por lo tanto, la elección de una forma del discurso tiene un correlato inmediato sobre los modos de aparición de la realidad que construye el noticiero. Y esta investigación pone en evidencia, con

**Tabla 3. Análisis del noticiero de la edición central del canal estatal (% de informes editados)**

	<b>Política</b>	<b>Internacional</b>	<b>Información general</b>	<b>Policial</b>	<b>Economía</b>
<b>Visión 7</b>	52.5 %	14.2 %	4.7 %	9.5 %	9.5 %

Fuente: Elaboración propia

claridad, los profundos cambios que experimentan las prioridades temáticas que impone el discurso televisivo sobre los acontecimientos.

#### **EL NOTICIERO DE LA TELEVISIÓN DEL ESTADO**

Se puede observar la excepción explícita y manifiesta de la edición de Canal 7, que forma parte de la red de radiodifusión del Estado, Radio y Televisión Argentina (RTA): la supervivencia de un formato característico de la década del 80, según la historización presentada en este trabajo, y una representación temática ajustada al formato y a las preocupaciones con las que el gobierno pretende disputar la agenda de los medios de comunicación privados.

Observemos sus características:

- El rol de los conductores se restringe a la presentación de cada noticia, con ausencia de *editorialización*, una gestualidad moderada y contenida. Esta modalidad de conducción obedece a una búsqueda de un régimen de no interferencia o condicionamiento de los conductores sobre el contenido de los informes y un claro distanciamiento de sus públicos respecto de la impronta que su presencia, comentario o gestualidad pudieran producir en el efecto de la noticia en sus receptores. Esta estrategia discursiva no implica ni mayor ni menor verdad, ni mayor ni menor eventual manipulación de los acontecimientos, sino un modo de enunciación y vínculo con los públicos; en definitiva, un modelo de verdad.

- Tiene una fuerte raigambre basada en el presentador pivote y ventriloquo descrito precedentemente, cuya función se asemeja al de un vehículo de distribución y transición entre noticias a partir de la configuración de la realidad que produce el programa.

- Los conductores no generan diálogos cómplices como estrategias de vinculación amistosa (*happy talks*), sino que se prioriza la seriedad, que funciona como soporte en la locución de la información relevante para el interés general.

Sobre los informes, es necesario destacar dos elementos esencialmente disonantes con los resultados generales:

Los temas políticos concentran el 52% de los informes en toda la semana de emisión y la política internacional ocupa un segundo lugar, con el 14,2% de los informes. Se trata de cifras que están en el extremo opuesto de las obtenidas en los canales privados, donde solo representan los porcentajes más marginales, y en algunos casos ni siquiera forman parte del sumario de noticias. En las antípodas temáticas, discursivas y retóricas, la relación entre el formato y la agenda temática es, a la luz de este análisis, una clave de lectura de estas diferencias registradas, que veremos con profundidad más adelante.

Los canales privados producen sus informes con criterios de *noticiabilidad* y tipificación de las fuentes informativas coherentes al relato predominante que esta investigación ayuda a revelar. Las novedades del orden institucional, de las decisiones políticas, tanto como las medidas económicas o los hechos de violencia propios de las grandes ciudades son reveladas a través del impacto que esos acontecimientos producen en el penoso transcurrir de una experiencia particular. Así, las noticias de impacto general mutan al dolor individual de quien lo padece o, en casos excepcionales, de quien lo disfruta. En congruencia con esta tendencia, las fuentes son, en forma predominante, testimoniales.

Esta manifestación del discurso de la noticia en televisión guarda una relación de alta imbricación con el vínculo que el noticiero pretende construir con sus espectadores. Se advierte así la existencia de un proceso enunciativo total que alienta un proceso de identificación de los conductores con la audiencia, de los conductores con la propia noticia, y de la audiencia con quienes protagonizan la noticia: personas comunes que padecen o disfrutan de un relato noticioso donde lo cotidiano aparece en la pantalla vía recursos de enunciación que alientan el consumo emocional, como ya se ha mencionado.

**Tabla 4. Uso de las fuentes de la información (% de informes editados)**

Fuentes	Telefe Noticias	Telenoche	América Noticias	Telenueve	Visión 7 (Estatal)
<b>Testimoniales</b>	54 %	55%	80%	51%	2%
<b>Gubernamental</b>	5%	1%	5%	11%	90%

Fuente: Elaboración propia

Para el caso de Canal 7, se advierte un uso extremo de las fuentes gubernamentales, que representan el 90,47 % de las utilizadas en las noticias sobre política nacional, además de ser única fuente por cada informe en un 90 %. También en el caso de los canales privados es notoria la ausencia de contrastación de fuentes, que es una variable trascendente en la aspiración informativa por dar cuenta de los acontecimientos de la realidad en forma integral y compleja.

El *unifuentismo* oscurece la complejidad de las miradas sobre la realidad, independientemente del origen: sean públicas, privadas o testimoniales. Es importante aquí insistir sobre la diferencia semántica y pragmática entre pluralidad y pluralismo, pues la cantidad de fuentes no implica una cobertura amplia del acontecimiento; lo que garantiza una cobertura plural es la contrastación de fuentes para definir parámetros de calidad de la práctica periodística.

## CONCLUSIONES

El desplazamiento de los temas de la agenda política nacional e internacional a espacios marginales de la producción de informes en los noticieros de la televisión privada encuentra una explicación que es coherente a las características que adquiere la *neotelevisión contemporánea*, con empresas cuya dinámica se desarrolla en el contexto de la disputa por las audiencias y donde un formato, con pasado pedagógico y con objetivos de fortalecimiento de la imagen institucional, es atravesado por la lógica de la competencia.

La producción de noticias en clave de entretenimiento, la interpelación emocional del discurso informativo y la convergencia tecnológica al servicio de la sofisticación del producto ofrece resultados contundentes sobre la agenda temática de los noticieros. Como se ha analizado, la sobrerepresentación de las noticias policiales y de interés general en el conjunto de los acontecimientos producidos por los noticieros desvía el centro de interés hacia a un conjunto de temas donde el discurso informativo, con sus nuevos formatos, se reproduce con mayor comodidad.

Cada componente central del proceso –conductores, informes y público– son acoplados en dirección a un esquema global, donde el vínculo y la emoción pueden resentir la proporcionalidad de los temas de interés de la vida social, política y económica, y su inherente complejidad. En ese sentido, Lorenzo Vilches (1989) advirtió hace tiempo de las imposiciones que las lógicas productivas imponen a la organización temática, al considerar que la organización interna de la producción noticiosa se independiza de la impronta de los sucesos y de la referencialidad del mundo de los acontecimientos. 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. De este modo, como se señaló anteriormente, tanto la selección temática como las fuentes que sustentan e ilustran la información mantienen una relación estrecha, de *necesidad*, con el esquema de representación de la realidad que producen los noticieros. Esto implica que el formato privado y comercial de la noticia televisiva genera un marco de producción que necesita de determinados insumos informativos, segregando otros que no se adecuan a la modalidad de producción.

El total de los informes producidos en una semana en la edición central de los noticieros de los cuatro canales privados de mayor audiencia de todo el territorio argentino, es decir, la representación mayoritaria de los acontecimientos producida por la televisión abierta, da como resultado la promoción de una realidad cuya visibilidad en la pantalla manifiesta una clara tendencia hacia los sucesos del orden de la violencia vinculada con los delitos y la información general vinculada con las peripecias del ciudadano frente a los obstáculos de la vida cotidiana. Las fuentes de información están sostenida por el mismo ciudadano, a quien el discurso del noticiero le atribuye facultades extraordinarias para la validación de la información que provee: lo jerarquiza como fuente, independientemente de la experticia de sus conocimientos y sus opiniones sobre los sucesos de la realidad social.

## REFERENCIAS

- Barroso García J. (1992). *Proceso de la información de actualidad en televisión*. Madrid: RTVE .
- Becheloni, G. (1989). ¿Televisión-espéctaculo o televisión-narración? En: J. Baudrillard, *Videoculturas de Fin de Siglo*, (pp. 55-66). Madrid: Cátedra,
- Borda, L., Longo, F. (1997). La representación de la audiencia como necesidad de la industria. *Comunicación y Sociedad* 31, 97-120.
- Carlón, M. (2006). *De lo cinematográfico a lo televisivo. Metatelevisión, lenguaje y temporalidad*. Buenos Aires: La Crujía.

- Eco, U. (1983). *La estrategia de la ilusión*. Barcelona: Lumen.
- Farré, M. (2007). Desafíos de los programas informativos en la neotelevisión. *Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação*. Recuperado de <http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/127/127>.
- García Avilés, J.A. (1996). *Periodismo de calidad: estándares informativos en la CBS, NBC Y ABC*. Pamplona: Ediciones Universidad de Navarra.
- Garnham, N. (1979) La cultura como mercancía. En: G. Richeri (ed.) *La televisión: entre servicio público y negocio*, (pp. 20-32). México: Ediciones Gustavo Gili.
- Gómez-Giraldo, J., Hernández-Rodríguez, J., Gutiérrez-Coba, L., Arango-Forero, G., & Franco-Arango, A. (2011). Los noticieros de la televisión colombiana “en observación”. Una mirada desde la academia a la estructura, cobertura y contenidos de los teleinformáticos de la televisión abierta en Colombia. *Palabra Clave*, 13(2). Recuperado de <http://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/1762/2296>
- González Requena, J. (1998). *El discurso televisivo. Espectáculo de la posmodernidad*. Madrid: Editorial Cátedra.
- Gutiérrez Coba, L. (2006). Análisis de la calidad informativa, primer paso hacia el cambio. *Palabra Clave*, 9, 29-56.
- Lozano, J. C. (2001). Espectacularización en la cobertura informativa de las elecciones mexicanas a la Presidencia. *Comunicación y sociedad XIV*, 1, 29-50.
- Lozano, J. C. (2004). Espectacularización de la información en noticieros televisivos de Canadá, Estados Unidos y México. *Diálogo Político*, 1, 101- 116.
- Oliva, L., Sitjà J. (1996). *Las noticias en televisión*. Madrid: Instituto Oficial de Radio y Televisión - RTVE.
- Orozco Gómez, G. (1996). *Televisión y audiencias. Un enfoque cualitativo*. Madrid: Ediciones de la Torre.
- Tuñez, M. y Guevara, M. (2009). Framing por proximidad como criterio de noticiabilidad: la curva de las ausencias. *Revista Latina de Comunicación Social*, 64, 1030-1044.
- Verón, E. (1984). Semiosis de lo ideológico y el poder. *Espacios de Crítica y Producción* 1, 43-51.
- Verón, E. (1981). *Construir el acontecimiento*. Barcelona: Gedisa.
- Verón, E. (2001). *El cuerpo de las imágenes*. Colombia: Grupo Editorial Norma.
- Verón, Eliseo (1986). Ahí está, lo veo, me habla. *Revista Comunicativa* 38, Traducción realizada por María Rosa del Coto. Recuperado de <http://www.biblioteca.org.ar/libros/656151.pdf>
- Vilches, L. (1995). *La manipulación de la información televisiva*. Barcelona: Paidós.
- Vilches, L. (1999). *La televisión, los efectos del bien y del mal*. Barcelona: Paidós.

#### **SOBRE EL AUTOR.**

**Hernán Pajoni**, argentino, es Magíster en Comunicación. /Docente investigador de la UCA, especializado en estudios en comunicación audiovisual, periodismo televisivo y análisis del discurso. Dirección: Av. Alicia Moreau de Justo 1300, C1107AAZ, Buenos Aires, Argentina.

•Forma de citar este artículo:

Pajoni, H. (2012). Noticieros en Argentina: cerca del espectáculo lejos de la política. *Cuadernos de Información* 31, 129-138.

DOI: 10.7764/cdi.31.459