La información como espectáculo televisivo

POR **SAGRARIO BECEIRO RIBELA**

Editorial Gedisa. Mariano Cebrián Herreros. *La información en televisión. Obsesión mercantil y política*
Barcelona, 2004

La información en televisión. Obsesión mercantil y política nos sumerge en una descripción pormenorizada de la creciente espectacularización de la información en el medio televisivo. Para el autor, el profesor Mariano Cebrián Herreros (Universidad Complutense de Madrid), este fenómeno responde a las presiones políticas y comerciales que soporta la televisión en la actualidad y requiere, de forma urgente, una profunda revisión de la ética profesional.

En conexión directa con la teoría de la *agenda setting*, la obra hace una amplia exposición, entre otras cuestiones, del funcionamiento de las empresas televisivas, del papel de los *gatekeepers*, de los valores y criterios de importancia y noticiabilidad contemporáneos o de las lógicas productivas imperantes en la recogida de noticias. El discurso de Cebrián Herreros pone de manifiesto que la noticia/información de actualidad se ha convertido en una «síntesis impactante para los sentidos, no tanto una explicación de los hechos», que dura cada vez menos (en torno a un minuto), muchas veces descontextualizada, que busca lo espectacular, que utiliza narrativas de suspense y que se carga de opiniones y declaraciones en vez de insistir en el análisis no sesgado del hecho noticioso.

No podemos dejar de precisar que el concepto de información televisiva que maneja el profesor Cebrián Herreros en esta obra es muy amplio, ya que recoge una representación de la actualidad que no se circunscribe únicamente a las noticias en los telediarios, sino que también incluye el tratamiento de la actualidad en formatos televisivos como los magacines, los *talk shows* o, incluso, la ?telerrealidad?. Este último término es entendido por el autor como una hibridación de géneros que fagocita parte de la información televisiva y en la que, por una parte, aparecen situaciones naturales y artificiales, en conexión con la realidad, y por otra, emergen tratamientos propios de la narrativa de géneros de ficción y un ritmo fragmentario necesario para la inserción de la publicidad y la participación del público.

Fundación Telefónica
Telefónica

Es decir, cada vez más, la información se concibe como espectáculo para entretener a la audiencia, que deja de lado su función informativa primordial, mezcla opinión e información y presenta hechos noticiosos completamente descontextualizados. Cuando el espectador se da cuenta de la adulteración de la información, cuando no manifiesta manipulación, esto afecta a la credibilidad de los medios y ocasiona una clara pérdida de prestigio. Como diría Ignacio Ramonet, estamos en «la era de la sospecha». El balance no es, desde luego, alentador.

La solución que presenta *La información en televisión* para contrarrestar estas tendencias negativas en el tratamiento de la información es el comportamiento ético de canales y periodistas. Así, el autor destaca un informe de la British Broadcasting Corporation («Las reglas del juego») que señala la imperiosa necesidad de implantar los siguientes principios profesionales: a) imparcialidad, b) precisión, c) transparencia y d) independencia.

Economía, política y televisión

La presente obra, con un lenguaje reiterativo y coloquial, intenta dar cuenta de los cambios producidos en la información televisiva en los últimos años, desde la televisión generalista hasta la emergente televisión por Internet, pasando por la televisión temática y haciendo especial hincapié en las dimensiones que el autor considera más claras dentro del quehacer del periodismo televisivo: el enfoque comercial propio de las televisiones privadas que buscan la rentabilidad económica y el enfoque ideológico-político que impregna, siempre según Cebrián Herreros, los canales públicos en apoyo al partido gobernante.

El libro es recomendable para aquellos lectores que quieran hacer una primera aproximación a la actividad periodística en televisión hoy en día de una forma sencilla, pero su estructura puede ser un *handicap* para otros lectores más avezados que quizás echen en falta una delimitación más rigurosa entre los enfoques político, económico y social que continuamente, pero de forma parcial, se entrecruzan a lo largo de la obra; o que prefieran sistematizaciones más exhaustivas o definiciones más completas, por ejemplo cuando se habla de modelos de televisión. Pero ese sería otro libro que, de hecho, ya está publicado; por lo que aquellos lectores que quieran profundizar en la visión de Mariano Cebrián Herreros sobre los modelos de televisión pueden acercar su mirada a *Modelos de televisión: generalista, temática y convergente con Internet* (Paidós, 2004) reseñado en el número 62 de TELOS.

Fundación Telefónica
Telefónica