

La selección noticiosa, entre la importancia y el interés

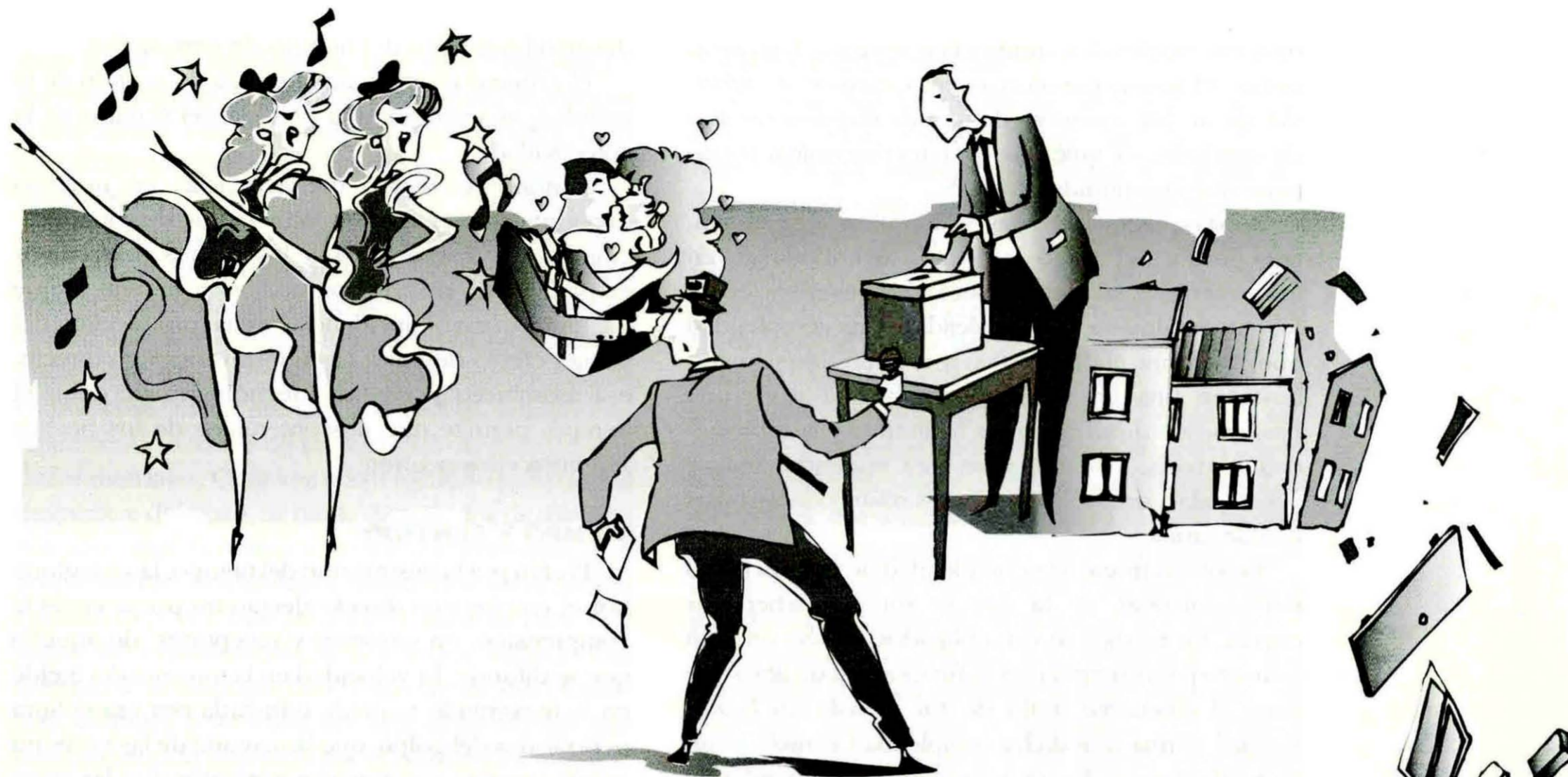
Eliana Rozas O.

Periodista y profesora de Fundamentos del Periodismo y
Derecho de la Información en la Escuela de Periodismo de la
Universidad Católica. [erozas@puc.cl]

Estamos cada vez menos ciertos de qué es lo que debe ser dado a conocer y la paleta de nuestros contenidos posibles se ha ampliado de tal forma, que es la misma definición de noticia la que ha comenzado a perder sus contornos. ¿Qué podemos (ya no qué debemos) difundir, entonces? La consecuencia en la información de los medios es el reemplazo de la importancia (que tiene como referente lo comunitario, lo objetivo) por el interés (que tiene como referente lo individual, lo subjetivo). Este reemplazo suele adoptar dos formas, la de la *trivialización* de lo importante o la *trascendentalización* de lo irrelevante.

Tradicionalmente se ha dicho que corresponde a los informadores (periodistas o como quiera llamárseles) y a los medios no sólo el rol de elaborar los mensajes que difunden, sino también el definir qué merece ser difundido.

Esa afirmación aparentemente obvia obliga a pensar en una cierta objetividad (la palabra más desprestigiada del periodismo) de la importancia, y ha tenido como consecuencia el hecho de que, con más o menos solvencia, el periodismo haya ido intentando definir lo que es una noticia. Una definición que no se ha logrado por un consenso entre aquellos que las difunden, sino porque se entiende que hay ciertos acontecimientos que pesan por sí



solos. Y el peso específico de esos acontecimientos no tiene tanto que ver con cuánto *le importan* a los receptores concretos, sino con qué consecuencias tienen para la colectividad.

Sin pretender ahondar en una reflexión de carácter jurídico, no cabe duda de que sólo en una concepción como la descrita es posible fundar lo que algunos han llamado un «derecho al hecho». Los hechos objeto de un tal derecho no pueden sino ser aquellos que, por un criterio que está más allá de las múltiples subjetividades de los componentes del público, deben ser conocidos. Sin ese objetivo criterio de la importancia no hay hechos debidos; y, si se quiere tirar un poco más de la cuerda, no hay derecho alguno sobre el particular.

Cuando Maxwell Mc Combs desarrolla su famosa teoría de la *agenda setting* está partiendo de ese mismo supuesto. Sin un criterio externo a la subjetividad de los receptores (y de los emisores), no es posible hablar de la función agenda.

No obstante, entre los periodistas cada vez tiene más partidarios la idea de que la selección de las noticias está fuera del ámbito de la propia responsa-

bilidad (a veces, cuando se nos aparece como un problema, la atribuimos a los según nosotros torvos intereses de los empresarios de prensa y cuando se nos plantea como una descripción de la profesión, decimos que más bien corresponde al público), incluso de que no es parte de la función profesional. De allí a decir que no existen tales criterios profesionales, objetivos, en la selección de lo que merece ser difundido, hay un paso. Y ese paso, creemos, consciente o inconscientemente, ya se está dando.

El culto a la objetividad, en el más bastardo de sus sentidos —el de la textualidad de las opiniones y la facticidad de los hechos— ha cubierto con el manto de la duda los procesos de selección, ha hecho al seleccionador sospechar de sí mismo. Pero, sobre todo, ha puesto en entredicho el concepto de importancia. ¿Si la sola selección supone subjetividad, quién puede decir cuáles son los acontecimientos que son «objetivamente» importantes? Es la pregunta cargada de escepticismo que subyace en la cuestión de a quién corresponde decidir qué sabrán mañana los lectores, los televidentes y los auditores, planteada por tantos estudiantes de periodismo que abren los

ojos, escandalizados, frente a la respuesta: «Los periodistas». El mismo cuestionamiento, cargado de rebeldía, de un alto ejecutivo de uno de nuestros canales de televisión: «¿Y quién soy yo para determinar si esto tiene que ser difundido o no?».

A estas razones internas de la profesión se suman, para producir el efecto de vaciado de importancia en los contenidos, las características de nuestra sociedad, fundamentalmente su complejidad. Una complejidad que, conforme al diagnóstico más difundido se manifiesta en una crisis de gobernabilidad y en una progresiva radicalización de la libertad y la subjetividad humanas, lo que a su vez engendra mayor autonomía, con las consiguientes roturas de los lazos comunitarios.

Perplejos frente a la complejidad de una sociedad multirrelacional, de la que se supone deben dar cuenta, los medios se ven obligados a hacer un gran esfuerzo para cumplir con su función. En un libro que tiene el elocuente título de *Un mundo sin hogar*, Berger¹ afirma que dicha complejidad somete «a un gran esfuerzo a todos los procedimientos normales de operación, no sólo en la actividad del individuo, sino también en su conciencia». Eso que describe a escala personal, ocurre análogamente en los medios, sólo que en este caso la solución de hacerle una verónica a la complejidad, que es lo que hacen las personas para retraerse a su espacio privado, puede llegar a afectar su misma naturaleza de medios de comunicación.

Para terminar de enredar la maraña, ocurre que esta complejidad es en gran medida causada por los medios de comunicación, que se constituyen en víctimas y autores de ella. No es casual, pues, que Vattimo² describa nuestra sociedad con los términos «comunicación generalizada» y que contradiciendo los optimistas anuncios de Mac Luhan, sostenga que los medios, lejos de caracterizar a nuestra sociedad como más consciente y más transparente, la han vuelto más caótica.

Cuando una procura identificar en qué consiste su contribución al caos se encuentra en primer lugar con dos fenómenos recientes que se refieren al problema del tiempo medial. Concretamente, las transmisiones en directo y lo que llamaremos el

desmembramiento del tiempo de exposición.

El primero produce una pérdida de sentido de la realidad; el segundo, una pérdida del sentido de la colectividad.

Aunque ha tenido consecuencias en nuestras expectativas respecto de cualquier tipo de comunicación, ha sido la presencia de los medios electrónicos en particular, y no la de los medios en general, lo que ha tenido mayor incidencia en la producción del primer efecto descrito. Las transmisiones en directo, esa asombrosa posibilidad tecnológica de diluir el tiempo, permite que nos enteremos de los hechos *mientras* ellos ocurren.

TIEMPO Y SENTIDO

El afán por la destrucción del tiempo, la vanagloria por el *en vivo y en directo* afectan no pocas veces la comprensión, en emisores y receptores, de aquello que se difunde. La velocidad en la transmisión incide en lo transmitido y queda reforzada por esa cultura periodística del golpe, que la mayoría de las veces no es más que una competencia por quién dice las cosas primero, quién las dice más rápido. Y lo más rápido es la supresión de la rapidez: el tiempo real.

Pero los costos de la victoria en la lucha contra el tiempo suele pagarlos la información. En ese libro tan estremecedor como poético que es *El crimen perfecto*³, Jean Baudrillard se atreve a decir que «la réplica instantánea de un acontecimiento, de un acto o de un discurso, su transcripción inmediata, tiene algo de obscuro, porque el retardo, la postergación, el suspenso son esenciales a la idea y a la palabra».

Ocurre que todo acontecimiento que se nos muestra en directo aparece como cerrado en sí mismo, despojado de sus conexiones con otros hechos precedentes o coetáneos. Y ocurre, también, que el mediador pierde su posición de guía frente al emisor. Sabe tanto como él. Su papel habitual, el de aquel que da sentido, se morigera hasta prácticamente desaparecer. El flamante mundo de *repentineidad*, como lo llamaba Mac Luhan, es capaz de hacer añicos los sentidos.

El otrora mediador tiene cada vez más el aspecto de un simple transmisor.

Así, pareciera que la cooperación de los medios al

1. BERGER, PETER *et al.*: *Un mundo sin hogar. Modernización y conciencia*, Sal Terrae, Santander, 1979.

2. VATTIMO, GIANNI: *La sociedad transparente*, Paidós, Barcelona, 1990.

3. BAUDRILLARD, JEAN: *Le crime parfait*, Galilée, París, 1995, p. 52.

caos social no proviene de que se constituyan en representaciones de las múltiples visiones de mundo, como afirma Vattimo, sino de que empiezan a ser incapaces de dar cuenta de un sentido o siquiera de unos sentidos.

El despedace del sentido de la realidad, que encuentra su origen en la transmisión en directo ya no sólo se manifiesta en los medios capaces de simultaneidad, los electrónicos, sino que se ha traspasado a otros, como los impresos, que requieren un tiempo de elaboración. En la prensa, la crisis del sentido está apareciendo a través de las fórmulas de construcción de los mensajes. Cada vez más a menudo se habla del despedace del texto. Se habla de artículos de distintas entradas, que permiten al lector ir construyendo su propio escrito. En definitiva, constituirse en su propio emisor. Una vez que se abre el espacio para esta suerte de *rayuelización* de los textos periodísticos (permítase la analogía con la novela de Julio Cortázar), empieza a ser cada vez más difícil afirmar que haya un sentido asignado por el emisor e incluso que haya un sentido.

Un fenómeno del mismo signo, pero que adopta las características propias del medio, se aprecia en la televisión. Al analizar las transformaciones que ha tenido la industria televisiva, Gianfranco Bettetini sostiene que los mensajes han evolucionado desde la significación a la comunicabilidad: «Si en el primer momento el acento se pone en el texto que debe ser consumado en toda su plenitud, en el segundo se privilegia la transferencia de porciones singulares de información hasta prescindir de la coherencia del texto».⁴

Al fenómeno de las transmisiones en directo se agrega el de la televisión interactiva, donde cada televidente interviene en el mensaje que recibe. Así, puede incidir en la selección de uno de los finales ofrecidos para un determinado programa.

Es cierto que la imagen siempre ofrece al espectador un medio de acceder a la realidad que escapa a la intención del autor, pero en la interactividad la autoría misma supone la intervención posterior de los receptores. Como dice Bettetini, el autor prefigura las opciones, pero no puede prever la que seleccionará cada usuario.

TIEMPO Y COMUNIDAD

La tecnología no sólo ha permitido hacer desaparecer la brecha cronológica entre emisión y recepción, sino que también ha abierto el camino del desmembramiento del tiempo de exposición.

La prensa, y mucho más estrictamente la radio y la televisión, al menos en sus formas tradicionales, todavía suponen un elemento comunitario: el tiempo de exposición a unos determinados mensajes. Mongardini⁵ ha llegado a decir que el tiempo colectivo ha terminado por colonizar el tiempo individual. Y eso es cierto. Es posible afirmar que la exposición simultánea a un mismo mensaje forma una comunidad de receptores. Ese fenómeno posibilita que los medios de comunicación social, probablemente como ninguna otra forma comunicativa, sean capaces de producir grandes movimientos de solidaridad, por ejemplo.

La fuerza de la experiencia de participación en una comunidad definida en términos temporales está, sin embargo, comenzando a debilitarse. Los propios medios de comunicación y las nuevas tecnologías comunicacionales (para no entrar, esta vez, en el debate de si constituyen propiamente medios o no) están ofreciendo la posibilidad de escapar del grupo.

Con el surgimiento del videograbador se nos permitió empezar a poner matices a la tendencia descrita por Mongardini. Se nos permitió descolonizar nuestro tiempo individual, ponernos en posición de receptores *cuando* queremos. Con el advenimiento de lo que se ha llamado la televisión *on demand*, se nos ofrece la posibilidad de recibir, cuando queramos *lo que* nosotros pidamos. Los diarios, que nos dan 24 horas de libertad para decidir el momento en que nos exponemos a los mensajes, también han procurado aumentar nuestra autonomía en el contenido de nuestro consumo (naturalmente desde siempre mucho mayor que en el caso de los medios electrónicos). Para eso se han segmentado, seccionalizado y *suplementizado*. Pero ahora se habla del diario «a medida».

A esto hay que sumar el fenómeno comunicacional de las redes computacionales, a cuyo espacio cualquiera de nosotros accede para buscar o decir lo que quiere, cuando quiere. Espacio que la mayoría de las veces representa más la convergencia de intereses privados que una comunicación mediada.

4. BETTETINI, GIANFRANCO: «La televisión personal», en *Comunicación y Sociedad*. Vol. VIII, Nº1, 1995, p. 81.

5. MONGARDINI, CARLO: «La colonizzazione del tempo individuale e la trasformazioni dell'azione collettiva», en *Epistemologia e Sociologia*, Milán, Franco Angelli, 1985, cit. en LLANO, ALEJANDRO: *La nueva sensibilidad*, Espasa-Calpe, Madrid, 1988.

El paulatino vacío de importancia en los contenidos mediales explica que demos cada vez más espacio a la emoción, a la rareza, a aspectos vinculados a la vida privada. Y menos, a la consecuencia o el conflicto.

Así, el círculo se cierra: se deja de compartir un tiempo de exposición, se deja de compartir un mensaje. El individualismo medial, que comienza a gestarse con las trizaduras del sentido y que se refuerza con la posibilidad de autonomía en el consumo, se hace tecnológicamente posible.

Este círculo vicioso, donde la autonomía se ve compelida a generar más autonomía, ha sido descrita por José Joaquín Brunner: «Se acentúa el individualismo, puesto que al faltar los puntos de referencia locales e interpersonales, la subjetividad se vuelve más imperiosa y las personas deben buscar, dentro de sí mismas, el sentido y la continuidad de su experiencia».⁶

Vivimos, pues, en un mundo abrumadoramente comunicado, en el que cada uno de nosotros puede actuar como emisor o receptor, seleccionar en función de sus intereses los mensajes que consume, determinar el tiempo en que se expone a ellos y hasta intervenirlos en sus contenidos.

De este modo, la comunicación permanente y global se hace cada vez más individual. Nos situamos cada vez más lejos de ese mundo de compromiso total donde cada uno está profundamente envuelto en la vida de los otros, según la hermosa visión macluhiana

UN MUNDO COMPLEJO, UN PÚBLICO INDIVIDUALISTA

Cualquier escéptico de la influencia que tienen las experiencias descritas en los espacios informativos de los medios tradicionales, puede afirmar, con razón, que la interactividad no ha encontrado un terreno fértil en los noticiarios, que la televisión *on demand* y el diario a medida no tienen la masividad con que cuentan sus versiones más antiguas, que el uso de Internet, aun cuando es una enorme fuente de informa-

ción, no está todavía lo suficientemente difundido.

De hecho, de todos estos fenómenos, seguramente es el de las transmisiones en directo el que más incidencia tiene en los espacios informativos —en rigor, es allí donde se sitúa su mayor esfera de aplicación—. Experiencias irrelevantes para el periodismo, se podrá decir. Y es cierto si, por un lado, se las compara con las posibilidades que estas tecnologías han abierto en el campo de la entretención, y, por otro, con el alcance de la prensa, la radio y la televisión tradicionales.

Pero más allá de esto, la verdad es que esos mismos medios enfrentan ahora a un público que está empezando a desarrollar otros hábitos y otras expectativas comunicacionales. Un público cada vez más acostumbrado a la comunicación fragmentada, desde el punto de vista de su consumo y del sentido de los mensajes.

¿Cómo es que los medios tradicionales, la prensa, la radio y la televisión, enfrentan el desafío de la transmisión de noticias *acerca* de un mundo cada vez más complejo y multirrelacional, *para* un público cada vez más individualista? Anclados a lo colectivo del tiempo intentan cada vez más satisfacer el individualismo de sus receptores despojando a los contenidos de aquello que es colectivo. Eso permite, a su vez, soslayar el tremendo problema de determinar cuáles hechos, de todos los generados por nuestra caótica sociedad, son los que deben ser difundidos. Hace posible reducir la complejidad. O, como dicen los niños cuando representan, hace «como que» se reduce.

Estamos cada vez menos ciertos de qué es lo que debe ser dado a conocer y la paleta de nuestros contenidos posibles se ha ampliado de tal forma, que es la misma definición de noticia la que ha comenzado a perder sus contornos.

Aquellos hechos debidos, que tienen un peso espe-

6. BRUNNER, JOSÉ JOAQUÍN: «Las ambiguas fronteras de la intimidad», en *Artes y Letras, El Mercurio*, 18 agosto de 1996, p. E 10.

cífico para la colectividad empiezan a ser difíciles de determinar toda vez que lo colectivo se diluye. Cada vez estamos más inseguros respecto de qué es lo que importa.

¿Qué podemos (ya no qué debemos) difundir, entonces? La consecuencia en la información de los medios es el reemplazo de la importancia (que tiene como referente lo comunitario, lo objetivo) por el interés (que tiene como referente lo individual, lo subjetivo). Este reemplazo suele adoptar dos formas, la de la *trivialización* de lo importante o la *trascendentalización* de lo irrelevante. Se difunde, así, aquello que causa el interés de muchos individuos, pero que no afecta a la comunidad. Y esto es más que un juego de palabras. El hecho de compartir un interés no forma propiamente una comunidad porque no se generan conexiones que ligen a los individuos. Los temas que llamamos interesantes generalmente no nos piden decisiones y si lo hacen, ellas revierten sobre nosotros mismos. En cambio, las decisiones que cada uno de nosotros toma respecto de algún tema que importa a la comunidad revierten sobre ella. Son esas cuestiones las que nos recuerdan que tenemos responsabilidades frente a los demás. Son esos temas los que generan conexiones y refuerzan el sentido comunitario.

Este paulatino vacío de importancia en los contenidos mediales explica que demos cada vez más espacio a la emoción, a la rareza, a aspectos vinculados a la vida privada de las personas. Y que cada vez menos pongamos de manifiesto la consecuencia o el conflicto.

Tal vez el más visible síntoma de esta «individualización» de lo difundido, de este reemplazo de la importancia por el interés sea, precisamente, la virtual desaparición del conflicto.

Disfrazada de un respeto por la multiplicidad (no vaya a pensarse que no somos pluralistas), aparece en el fondo una tremenda falta de consideración por el otro, como un ser que interpela. El respeto consiste simplemente en aceptar la coexistencia, negándose a la búsqueda de lo común. Y como ocurre que todo conflicto supone aceptar que se comparte algo, con lo enteramente otro no hay el mínimo de comunidad necesario para experimentar siquiera el conflicto. El ofrecimiento medial, así, suele parecerse a esto: «He aquí las posturas. No pretenda usted que identifiquemos el disenso y mucho menos sus causas».

El puro vaciado de los contenidos de importancia en los espacios informativos de los medios no sirve para enfrentar la situación comunicacional emergente. Hay que entregar a alguien la definición de qué es interesante. Difícil cometido, porque si la importancia se arroga para sí una cierta objetividad, el interés se define precisamente por lo contrario.

Sin brújula, estamos, entonces, pendientes del menor movimiento de la audiencia para redefinir nuestros contenidos. Vamos camino de una toma de los medios por los públicos, que amenaza incluso con sobrepasar a aquella de las fuentes, de la cual en estos momentos tenemos todavía mayores indicios.

Cuando el individualismo de los emisores, tan propio de la prensa ideológica que proliferó en el siglo XVIII y, entre nosotros a comienzos del siglo XIX, parecía morigerado como único referente de los contenidos, enfrentamos el posible advenimiento de un individualismo de los receptores que cumpla esa misma función. Y en las dos situaciones la profesión informativa queda limitada sólo a sus aspectos técnicos, pero no tiene nada que decir respecto de lo difundido. Desde el punto de vista de la información, los medios corren el riesgo de transformarse en canales. Lo que distingue a unos de otros es que en los primeros está supuesta una intervención en aquello que se difunde. Mediar es intervenir, no simplemente transmitir. Toda mediación supone un contenido que hace de referente, un público respecto del cual se media, y una comunidad en función de la cual se media.

Uno de los principales desafíos éticos que hoy día enfrentan los medios de comunicación social, creemos, es la búsqueda de una solución para la ecuación que forman los contenidos, el público —entendido como los receptores individuales— y la comunidad, que surge de las relaciones que se generan entre esos receptores.

Es en cuanto medios-de-comunicación-social, en razón de su naturaleza de mediadores sociales, que sobre la prensa, la radio y la televisión —sobre sus espacios informativos, principalmente— recae la enorme responsabilidad de mantener vivos los lazos comunitarios en una sociedad que tiende a la dispersión. Pero, específicamente, de procurar hacer un periodismo que sea capaz de tomarse el tiempo para despertar interés respecto lo importante. ■