



NUEVAS FANTASÍAS EN LAS NOTICIAS DE TELEVISIÓN

Armando Silva*

El presente ensayo explora las condiciones imaginarias de los telenoticieros a partir de seis propiedades de la televisión: tres primeras que preparan los ambientes, entre reales y virtuales, y otras tres donde se escenifican los cuerpos de los relatos noticiosos. Ubica la imagen de la televisión como expresión fanática del presente y la transmisión en directo como el ideal noticioso, para avanzar hasta señalar las noticias en el punto donde se debe pagar para ver el instante del suceso (pay per view), lo cual constituye un encuentro perverso entre el tiempo de la televisión y la visión ciudadana anticipada por las corporaciones comerciales.

This essay explores the conditions of imagery in televised news programs based on six properties of television: the first three that prepare the atmosphere, between real and virtual, and the other three where the substance of the news stories is staged. It defines the image of television as a fanatical expression of the present, and direct broadcasting as the ideal of news, and goes on to explore news at the point where one has to pay to see the event at that very moment (pay per view), which constitutes a perverse encounter of television time and the citizens' vision anticipated by the commercial corporations.

¿**Q**ué hacemos con las telenoticias y ellas qué hacen con nosotros? La doble pregunta que, en principio, iría hacia toda la actividad informativa contemporánea, la concreto en el género televisivo por considerar su liderazgo respecto de otros medios, no sólo por su mayor audiencia, sino por su misma condición ejemplar al erigirse en modelo para los otros medios masivos, la radio y el periódico. Parto sólo de evidencias: los medios distintos a la televisión están asumiendo como suyos ciertas propiedades que, por naturaleza de medio, le podrían corresponder más a ésta, las cuales trato de relatar

* Profesor de la Universidad Nacional de Colombia y de la University of California.

aquí. A su vez quiero pensar algunos ejemplos concretos de las telenoticias de Estados Unidos en relación con otras de países de América Latina, con especial referencia a Colombia y Perú.

Voy a concentrarme en algunas propiedades que tiene el telenoticiero, a su vez heredadas de las mismas condiciones en que se ha extendido la televisión. O sea que la televisión ha desarrollado un género, el telenoticiero, que junto con otros, las telenovelas, el telefútbol o los teleconcursos y teleespectáculos deportivos, participan de sus mismas cualidades, no tanto desde el comienzo de su invención, cuando más bien parecía diseñada para la contemplación, pero sí desde que supone grandes inversiones de dinero, al abandonar en muchos países sudamericanos al apoyo estatal y seguir el modelo de inversión privada de Estados Unidos. No deja de ser diciente que en un estudio realizado por la Office of Technology Assessment (OTA) en 1988 se señale que cerca del 40% de la nueva inversión privada en Estados Unidos se destine a la compra de tecnología informática —computadoras, telecomunicaciones y demás—, cuando hace 10 años era apenas el 10%.¹ lo que hace suponer que en el presente debe estar por encima del 50%. Y sin duda que dentro de este sector de las telecomunicaciones la televisión recibe especial atención que lo hace evolucionar hacia insospechadas formas de expresión e interacción. Diría que hablar de las telenoticias nos acerca a los otros géneros televisivos, pues éstas se constituyen en quintaesencia del hacer televisivo y, además, porque desde finales de los años ochenta, probablemente desde la llamada Guerra del Golfo, las noticias y sus productores se entregan con empeño a hacer de ella un empaque virtual, donde el diseño y su puesta en escena se coloca en deuda con el teatro y la industria del entretenimiento más que con otros modelos, para constituirse en un género que al igual que los otros mencionados deben llamarse nuevos, pues no corresponden a los de la literatura clásica, ni siquiera a los del cine o los de la radio, si bien tiene influencias de todos, pero no se agota en ellos. Su reflexión siempre bordeará la problemática central dentro de la cual se inscribe la construcción de la sensibilidad contemporánea.

Lo anterior se puede deducir fácilmente si se visita una de las

¹ Herbert Shiller, *Cultura S.A.: la apropiación corporativa de la expresión pública*, México: Doble Luna Editores, 1993.

grandes cadenas de Estados Unidos. Desde hace unos años en Nueva York una de las cadenas más grandes, la NBC News, realiza un paseo turístico en su edificio del Rockefeller Plaza, para enseñar a los visitantes sobre cómo se hace la noticia. Este *show* es tan solicitado, que se tiene que hacer cita previa para lograr entrar en alguno de los que repiten cada 30 minutos todos los días, y vive de vender un secreto inesperado: cómo se hace una noticia por televisión. El paseo consiste en un visita guiada por los viejos estudios donde se explican cómo se iniciaron haciendo reportajes, buscando las noticias, con unos periodistas que “creían que viajaban donde estaba el suceso”. Al final de la visita se llega al estudio de hoy y allí la misma guía, una joven y hermosa muchacha, dice con voz coqueta: “ahora tienen que crear la noticia y no esperarla”. Allí mismo hace una prueba con algún voluntario de los visitantes a quien se le coloca al frente de una cámara con telepronter para que haga una toma, quien simula ser el presentador de noticias. Todos los demás vemos, somos testigos, pareciese que él hablase de frente con nosotros, pero en realidad está leyendo la noticia por el telepronter, de la misma manera que este presentador improvisado va a vivir en el mismo noticiero, al simular dar el informe del tiempo, el ambiente de verano, invierno o lo que sea, según la temporada de la cual se ocupa, ambientación lograda por parte de la oficina de diseño de NBC. Y todavía más. La última prueba sobre la “magia noticiosa” (así la llaman) consiste en que la persona que está dando las noticias puede desaparecer y repentinamente, en verdad, su silla queda vacía y ya no la vemos a pesar de que esté allí mismo donde estaba, pero por efectos del programa de computador *photoshop* su imagen se va y en remplazo queda la silla vacía. Se acabó el programa. En fin, este *show* me pareció bastante sincero sin proponérselo, con lo que en verdad es hoy en día la producción de la noticia, entre acontecimiento real, efectos de computadora, estudio de televisión, trucos y expectativas de mercado. Las noticias se consumen como cualquier otro bien y hay individuos que ven noticias, como otras se satisfacen con deportes o películas de ficción.

Las nuevas tecnologías de televisión pueden considerarse posfotográficas, en el sentido de que ya no atienden a una imagen que tenga residuos de lo real, como acontecía con la foto que al tomar un objeto la luz de éste impregnaba la película, y por lo tanto, dejaba su huella impresa en una imagen. Ahora en la imagen posfotográfica,

que equivale a la imagen de la llamada posmodernidad, algo insospechado aparece: ya no hay rastro de un objeto sino su creación. La imagen de una imagen y no sólo de un objeto existente. Esta nueva intención creativa de una imagen por medio de la computadora, que en lugar de impregnarse de un objeto real inventa un referente, va acompañada con un nuevo suceso literario, pues se siguen contando historias, sin duda, pero ahora se hacen relatos que podríamos llamar “mediovirtuales” —como examinaré al final de esta nota—, ya que ni son totalmente reales ni completamente virtuales, sino mitad y mitad. Pero también “mediovirtuales”, porque se trata de relatos hechos por el “medio” más poderoso de todos, la televisión, con las características formales que le son propias: fragmentación, espectacularidad, rapidez, discontinuidad e intertextualidad. Entonces un nuevo relato o una nueva manera de contarnos la vida aparece con la televisión y es el noticiero su mejor modelo.

Se puede decir, en el sentido descrito, que los telenoticieros viven en su seno una gran contradicción. De un lado son herederos de la verdad, en el sentido latino de *veritas -atis*, conformidad de la cosa con el concepto que de ellas forma la mente, como juicio de veracidad, pues lo que se dice ocurrió; pero de otro lado es exigida por el creciente desarrollo de la informática y del sector empresarial a empacar su producto para la venta de tal forma que satisfaga los gustos de los televidentes, en franca competencia con otros géneros también emocionantes. El público, las audiencias, también cuentan, y éstas se interesan por los relatos que emocionen; si la televisión en sus inicios en los años cuarenta primaba un sentido digamos verbal y referencial, ahora domina lo fático, el gesto, pero no tanto como expresión del cuerpo de los narradores, que también es importante, sino que sobre todo el énfasis recae sobre otro cuerpo, el mismo ambiente en el que se visualiza la noticia, sus ritmos audiovisuales. El sonido y la imagen se “encuadran” para decirnos con énfasis, con cadencia, con efectos, qué es lo que está sucediendo

Y en medio de toda esta novedad se debe aceptar que el telenoticiero genera modos de ver el mundo contemporáneo, innegables como efectos de sus verdades. O sea, el telenoticiero produce por sí mismo, si bien también es efecto, unas fantasías que entrega al público como las verdades sociales. ¿Cuales serían sus estrategias? ¿Cómo se producen los imaginarios del telenoticiero?

Hay seis elementos que propongo en interacción, que podríamos aislar y destacar,² como parte de un conjunto de cómo se construyen los imaginarios colectivos desde el telediario. Los tres primeros apuntan hacia cómo se organizan los ambientes y las tres siguientes disponen cómo actúan los cuerpos en tales ambientes. O sea, que las tres primeras condiciones tienden a la construcción de la narración, dentro de qué estrategias se cuenta; mientras que las tres últimas son más bien el relato, cómo se cuenta la historia.

Condiciones donde se organizan los ambientes noticiosos

1. *Cuerpos virtuales y naturales en simbiosis.* Se presenta un encuentro entre un cuerpo real y uno virtual. Jesús García llega a decir, al comparar la época fotográfica, entendida como mimesis, con la digital, que ésta ya no responde al dictado de la percepción del mundo natural, sino a los postulados abstractos, discursivos y libres de la mente. La imagen se ha convertido en entidad abstracta y alternante, que goza de la arbitrariedad del signo gráfico, se desentiende con toda facilidad de la referencialidad y no habita espacios estancos, sino que los crea, “victoria definitiva sobre la imagen movimiento [cine] y la imagen tiempo [fotografía], de otros discursos audiovisuales conocidos. Ahora lo que se descompone y compone ya no es el objeto, como dice Deleuze, sino el movimiento mismo”.³

Lo que es propio de las telenoticias es entonces la creación simultánea de un cuerpo real, de los presentadores, de los reporteros, de los entrevistados, con un cuerpo virtual, de los efectos de luz y diseño, la enunciación de la cámara, pero sobre todo por su condición electrónica. Peter Brunette, al partir de ciertas categorías derridianas, opone el discurso⁴ (que podría ser el cuerpo real) a la escri-

² Tal como propuse en mi ensayo sobre “las telenoticias” en *Los juegos de la imagen* Bogotá: Instituto Italiano de Cultura, 1995. En el presente ensayo reelaboro el esquema presentado allí ampliándolo y en algunas ocasiones corrigiendo apreciaciones.

³ Jesús García, “La realidad virtual”, en *TELOS: comunicación, tecnología y sociedad*, núm. 34 (agosto, 1993), edit. por Fundesco, Madrid. Las palabras entre corchetes son mías. También aclaro que sobre la mimesis de la fotografía debe entenderse en la observación de la foto, pues la producción en sí no es mimética, sino indicial, si queremos entender su naturaleza lógica.

⁴ Peter Brunette, “Electronic Bodies Real Bodies: Reading the Evening News”, en *Thinking Bodies*, Stanford: Stanford University Press, 1994, pp 181 ss.

tura (lo electrónico o cuerpo tecnológico). Así los electrones parecen oponerse a lo natural, lo real, al cuerpo vivo. Y a su vez, es como si los cuerpos virtuales, los electrónicos, leyese los reales de la vida social.

Así lo propio del telenoticiero es hacer cuerpos “descorporizados”, sin embargo algo real mantienen. Por ejemplo los presentadores se hablan con sus primeros nombres, se dicen cosas en primera persona, coquetean a veces con los espectadores. Si observamos cualquier telenoticiero podemos corroborar que el presentador nos mira, así su mirada pase de largo por sobre nuestros hombros, nos mira, de lejos, distante, impersonal, pero al fin y al cabo su mirada está puesta sobre el posible espectador. El presentador nos mira, pero como desmaterializado, pues él no habla ni opina por sí. Más bien se desmaterializa, se descorporiza, y en su cuerpo y voz habla la institución. Su insistencia en mirar a quien lo observa sin vacilación hace de su mirada algo imponente, y si se quiere masculino y hasta machista, pues no deja espacio para la reconvención. Otra observación puede reconfirmar la afirmación hecha: si en el telediario hay un invitado éste nunca, por lo general, mira las cámaras, pues de alguna manera es indicación de algo real. La cámara toma a los invitados de lado, en picada o contrapicada, ya que mirarla fijamente es más la función del presentador, que es el conductor de la narración, mientras el invitado es su objeto de presentación, que cumple más bien las funciones de evocación público, que siempre estará invisible para la cámara.

2. *El noticiero posee varias voces, según la competencia, la audiencia y la cobertura.* El 22 de diciembre de 1995, cuando un avión de American Airline se estrelló contra una montaña cerca del aeropuerto de Cali, Colombia, el presentador Ramos del noticiero Univisión en Estados Unidos relataba los hechos a su audiencia tradicional, latinos en California, informándoles sobre al accidente y aclarando: “las posibles causas se desconocen, pero la más posible es mal tiempo o error humano”, como en realidad, esta última se demostró posteriormente como la causa cierta del fatal viaje. Cuando el noticiero entra en las cadenas nacionales (ya no sólo para California), inmediatamente después, el mismo Ramos se transforma, su voz parece afanada, se teatraliza y se expresa así: “Atención, atención, el accidente de American Airline en Cali muestra como

posible causa un ataque guerrillero de las guerrillas marxistas de Colombia contra un avión comercial de los Estados Unidos”. Evidentemente este nuevo sabor de la noticia era una manera de ganarse la audiencia nacional sacrificando cualquier mínimo nivel de objetividad y dedicándose más bien a manipular. Es claro que la noticia, el cuerpo real, un accidente, desaparece por otra materia: el impacto en la audiencia, el efecto dramático del acontecimiento para ganarse el derecho a ser transmitido en las cadenas nacionales.

Aquí se puede decir que el noticiero es como un ventrólogo que pone la voz que más le interesa hacer y comunicar, y por tanto asume la máscara que le convenga. Su multiplicidad de voces contrasta con la nula multiplicidad de interpretaciones en dar la noticia. Los noticieros nos cuentan las noticias desde reducidos puntos de vista, lo cual en aras de la democracia hace que varios pidan romper esta dictadura del monólogo noticioso. Así la técnica de variedad de voces y rostros es, en primer lugar, pensada para la audiencia (“a quién le hablo”); pero también para las corporaciones (“cómo la intereso para que me siga financiando”); y también según la competencia (qué digo de nuevo, de aclamativo, para ganarles en el negocio de vender la noticia). Así por este concepto la noticia vuelve a lo dicho antes, a hacer valer más la disposición connotativa, copiando las maneras de narrar una experiencia deportiva que ha desarrollado como suyo el hacer del cuerpo real un grito: ¡que más que cantar un gol en un partido de fútbol en los países de América Latina!

3. *Descausamiento de motivos y su condición de pantalla desde donde se me muestra.* Se dice que el cine genera una especie de espejo secundario a través del cual el espectador se reconoce en sus proyecciones, como enseña al psicoanálisis en la estructuración del Yo. Y esto es posible debido a que si frente al espejo primario (el que me refleja) mi imagen expuesta a él se me devuelve como un doble, en el secundario, la pantalla (del cine) puesta en el lugar del espejo, no se devuelve mi imagen. O sea que la pantalla del cinematógrafo, al actuar como espejo, me devuelve todo menos mi misma imagen, pues no actúa como reflejo: tan sólo me permite fantasear con lo que allí se me muestra, como lo explicó ampliamente Christian Metz en varios de sus estudios. Entonces en el filme es claro que se me habla para que yo proyecte.

Pero la televisión, distinta al cine, cuenta con otras estrategias

comunicativas y significativas. En la televisión nadie nos habla o por lo menos no es alguien que podamos reconocer. Se trata de una actuación vaciada de la palabra que cede su lugar a la imagen-imaginaria que actúa, no para permitir el rebote de una proyección, sino para una especie de gran comilona de efectos plásticos, si bien dentro de un panorama que admite revaluación, como mostraré más adelante en tres ejemplos de los relatos. La televisión se coloca para ser consumida, pero no tanto por los contenidos, de los cuales en cierta forma se deshace, sino de formas y estilos con los que el televidente queda impresionado. La televisión no habla, más bien vende o excita. Existe algo en ella que rehúye adelantar debates y reflexiones, mientras que con facilidad adelanta y promueve el consumismo.

Diría que se busca una especie de placer del ver, se disfruta de algo que siendo, porque se ve, no existe pues es en la televisión donde acontece. Esto ocasiona un cierto apego al aparato, desarrolla algo de aditivo, ya que cuando deseo ser invadido por emociones me basta con accionar el comando o control para que empiece a hablar como sea. Lo particular del *spot* y del video musical, de los cuales recibe influencia el telediario, es precisamente su exaltación rítmica y su descausamiento de motivos. No hablamos de un relato coherente y ni siquiera cierto, sino de una serie de colores, formas y sobre todo de ritmos que envuelven como una melodía musical. De ahí que no sea extraño que varios insomnes utilicen la televisión como droga para dormir.

En 1984 apareció el primer comercial "desconectado" que posiblemente modela el resto por venir, no sólo en la publicidad, sino en el cine y la televisión hasta llegar a las telenoticias. Se trata de la propaganda de la firma Appel cuando recién introducía en los juegos nacionales de Superball Macintosh, la celebre marca creadora de las computadoras personales, en la cual unos hombres, sobrevivientes de un desastre fascista, caminan escoltados por la policía hacia la sala de un teatro supermoderno donde un líder anciano les habla por una pantalla en palabras irreconocibles. Mientras tanto una mujer, la única del *spot*, vestida con color rojo, atlética, le lanza a la persona que habla en la pantalla una especie de antorcha olímpica, que estrella contra la imagen de su rostro. No se muestra el producto Macintosh, y sólo queda pendiente una pregunta: ¿será 1984 igual después de Macintosh? Hoy las últimas películas de Hollywood, desde

el *El fugitivo* donde Harrison Ford corre aterrado ante quienes lo persiguen por presunto asesinato de su esposa y le suceden las más inverosímiles acciones, como que un tren lo persigue a pesar de haber perdido los rieles, pasando por la incoherencia de *Misión Imposible* y *Pulp Fiction*, la cual trata un juego de ficciones entre ironías y lulismos; en todos esos casos hay algo que pide no relatar más sentido ni historias coherentes. Más bien se retoman experiencias artísticas del arte, quizá como hace alguno años hicieron artistas como Monet, que se olvidan de la estructura del objeto que pintan y destacan más bien el efecto de la luz del sol a una hora determinada, o Picasso, con el cubismo volteándonos el rostro para que veamos de frente como si fuera detrás.

Condiciones sobre cómo se da cuerpo a los hechos de las noticias

1. *Dramatiza y desdramatiza la vida cotidiana.* La televisión es en esencia la posibilidad de hacer lo “de afuera”, otro país, otra ciudad, u otra casa o hasta otra persona, “un aquí”, un estar conmigo por unos momentos; nos trae el mundo a casa, a nuestros ojos y oídos. Las noticias de televisión hacen lo mismo, pero para decirnos que en ese pedazo del mundo está sucediendo algo. Es como si las noticias fuesen el correr de la alarma y entonces se prende el foco que anuncia el peligro en algún rincón del mundo. Pero la manera de mostrarlo es cada vez más espectacular. El estudioso de la filosofía del lenguaje, Paul Ricoer, decía que el discurso es del orden del acontecimiento: es efectuado como acontecimiento, pero comprendido como sentido. Habría que decir, parodiándolo, que el discurso en las telenoticias es del orden del espectáculo: aparece y desaparece a cada instante, pero sobre todo desaparece, porque como texto palimpsesto borra lo anterior y privilegia lo que está mostrando, lo que sólo en ese instante merece atención. Pero también es espectacular, porque tiene una cualidad única del espectáculo resaltada por Bretch, como es el sentido griego de tele (visión) la distancia: una acción íntima, como acostarse, bañarse o hacer el amor; no es espectáculo hasta cuando no adquiere un sentido de distancia a su observador que se vuelve público. Las noticias son para un público distante de donde ocurre el suceso.

Crear efecto dramático fue lo que hizo el presidente Fujimori en Perú cuando capturo a la cúpula del Sendero Luminoso en 1990 y los presentó a la televisión disfrazados de personajes de tiras cómicas, con pantalones y camisas rayadas simulando ser presos de ficción, pero por supuesto eran reales. Así, cuando Fujimori presenta para la televisión del mundo al comandante Gonzalo, como se conocía a este personaje, en ese momento se calcula el paso de un helicóptero que con el ruido de sus astas no deja oír lo que dice el prisionero, que habla y habla sin nunca, nosotros televidentes, saber qué dice. De este modo sus palabras desaparecen y queda la imagen de un payaso enjaulado que se mueve de un lado a otro gesticulando expresiones rabiosas. Fujimori ganó así un punto al lograr prender doblemente sus alarmas y atraer las cámaras del mundo: no sólo porque capturó al jefe-guerrillero más buscado en el orbe, sino porque supo presentarlo para la televisión. El presidente montó un espectáculo y el mundo lo vio triunfante. No se trataba de que mirase (o escuchase) a su prisionero, sino a quien lo capturó, el mismo presidente de la República peruana Fujimori desplazó el ojo de la televisión.

No es extraño que el noticiero, como uno de los géneros más específicos de la televisión, evolucione hacia docudrama o *show* y que este género donde los públicos cuentan sus historias de vida, como especies de *strip-tease* social, se erija como el de mayor impacto tanto en Latinoamérica como en Estados Unidos, precisamente por su fuerza documental que lo coloca sobre un efecto de confesionario televisivo. Por ahí se cuelan ejemplos como, entre tantos otros del mismo corte, el asombroso "Show de Cristina", enviado desde Miami a los países hispanos, en el que se cuentan los más aberrantes casos de incesto, violencia carnal, decadencia moral, todo narrado por "testigos verdaderos" (en rigor varios contratados), quienes para aumentar la teatralidad de sus afirmaciones hablan a veces enmascarados. La misma persona que interviene en estos programas confesionales puede ser acusador o juez. Ocurre siempre algo extraño, alguna dudosa inclinación sexual, una exaltación de aberraciones o convicciones ideológicas o religiosas inesperadas. La televisión se torna tribunal de acusaciones y perdones, y adquiere pinta de razón policiaca que controla y da buenos ejemplos a la sociedad. En Estados Unidos todos los días se ve la serie "Cops", donde la policía persigue, junto con periodistas con cámaras de televisión, a un pre-

sunto criminal y el perseguido es mostrado de una vez como el culpable, sin ninguna posibilidad de defensa de su imagen pública, pues se le captura en el momento que se le da alcance, sin mediar tiempo para escuchar sus descargos de ser criminal.

2. *El nuevo espectáculo dramático y efectista conduce a las tele-noticias a relatar bajo una cómoda nueva ritualística corporal de lo monstruoso.* El telenoticiero no sólo se convierte en parte del impulso de nuestra sociedad posmoderna, como es no sólo responder a lo bello y colocar en su lugar lo feo o desordenado o inacabado, como ya lo han detectado los críticos de arte, sino que teje una nueva estética basada más bien en la búsqueda de la fisura, de lo defectuoso, que había permanecido oculto por supuesto, con nuevas ritualizaciones, que recoge en tres grandes temas: el sexual, el criminal y el político, que corresponden a los mismos de una industria audiovisual cinematográfica tan poderosa en Estados Unidos. El monstruo como nuevo objeto de consumo. El monstruo nuestro de cada noche.

O. J. Simpson posee el atractivo monstruoso que describimos, en especial después del dictamen de inocencia. Inocencia que nadie quiere creer porque los noticieros nos presentaron en detalle tantas evidencias (sangre de la víctima asesinada en la ropa del sospechoso, su esposo mismo, testimonios de testigos, etc.), que hacen que el televidente, en su mayoría, lo crea culpable y que se ponga en entredicho todo el sistema de la justicia estadounidense. Pero desde antes del veredicto ya se había instalado lo péfido en este caso, por ejemplo, la composición del jurado por parte de nueve afroamericanos de un total de 12, y las sospechas de que se politizaría el juicio, como en efecto ocurrió, a nivel de las opinión pública, según lo demostró la cadena NBC, cuando unas semana antes del veredicto hizo una medición de opinión por grupos étnicos y descubrió que “sólo el 2% de los negros encuestados condenaría a Simpson”,⁵ lo cual contrasta con otra mediciones anteriores en las cuales los angloamericanos en más del 70% lo creían culpable. Así el resultado evidentemente sólo iba a favorecer a un grupo étnico y no a los otros. Simpson logró, como ningún otro suceso de los últimos años (y quizá en toda la historia de la televisión), cautivar la audiencia nacional a pesar de que, por otra parte, se debe admitir que se trató de un fenómeno

⁵ “O.J. and Race: will the Verdict Split America” , en *Time*, octubre de 1995.

televisivo, cuando se acepta que la gran mayoría de los nacionales se enteraba de Simpson por televisión, la cual dispuso de un canal en directo para que todos los días le siguiera paso a paso. Si Simpson se hubiese declarado culpable su caso habría terminado como audiencia, pero su absolución lo mantiene como un fenómeno abierto de monstruosidad legal y social. Y entonces en cualquier momento la historia puede continuar. Esto es noticia televisiva.

Pero también son monstruos los violadores más perversos; los estafadores, los que manejan embriagados; los aviones que se caen con 200 pasajeros, los pone-bombas, las guerrillas, los narcotraficantes; los policías corruptos, los políticos seductores o los policías asesinos, o las prostitutas con sida, o los locos que asesinan en serie; los hermanos de presidentes narcotraficantes, o los presidentes que financian campañas con coca. En fin, la página roja se tomó del telenoticiero. Como se ve los noticieros cumplen otras funciones que no son propiamente informativas. Se parece más bien a una recreación atávica para satisfacer impulsos inconfesables con el placer por el crimen o la violación de la norma, en todo caso. Se parece mucho a la pornografía, pero más socializada, y en cambio de la disección de los cuerpos vivos, tiende a distraerse con los cadáveres de los crímenes del mundo de todos los días y todas las noches. Les da vida. Los enciende.

Sin embargo, este monstruo de pantalla dista mucho de producir un efecto especialmente dramático en el espectador, cuando más bien desdramatiza, si se me permite el término, el conflicto, ya sea moral, ético o social. Se nos escenifica una especie de desritualización del rito histórico, cuando la pantalla televisiva por efecto de su repetición, velocidad e inmediatez no nos permite más que un gesto vano de conmiseración, cuando ya nos abrumba con el siguiente escándalo y así sucesivamente todos los días, todas las noches, como un chorro abierto que sale sin importar su destino. He ahí su enajenación mental, cuando el cotidiano social es saturado de pequeños efectos de imagen.

3. *El telenoticiero es tiempo presente, en directo: "pague por ver"*. Me impresionó ver en Estados Unidos uno de los eventos deportivos más esperados, el regreso del campeón Tayson al cuadrilátero del boxeo. Se programó por meses. Se podía asistir personalmente, pagando un alto precio por boleto; todos agotados. También se podía ver a distancia por televisión, con una modalidad que surgió exitosa

con tal evento: *Pay per view*: el televidente paga a la programadora unos dólares cada vez que hay una emisión ofrecida por esta modalidad. Cuando el divino Tayson llegó al cuadrilátero con su pinta de fiera, medio saludó al público con desenfado, miró las cámaras de televisión con cierto desprecio, se volteó y conectó un solo golpe certero a su oponente, derribándolo a la lona. ¿Qué vimos? Ni siquiera se permitió crear la apariencia de que se pagó por ver por algún tiempo, sino que fueron segundos, 48 segundos preciosos, los más costosos en la historia de la televisión que haya pagado el televidente, que antecedieron al golpe aniquilador. Digo que éste, el de Tayson, es el tiempo de la televisión. La fascinación del presente. El golpe fulminante. Tayson está hecho para la televisión. Y es posible que en pocos años más debamos pagar por ver el instante anhelado en cualquier circunstancia en que queramos la primicia. Pague si lo quiere ver de primero y en directo.

Y este presente se exalta, ya no sólo el hoy, sino la hora, el instante. Vive de un tiempo cada vez más fragmentado y minimizado. No hay nada más viejo que una noticia de la anterior emisión, que ya fue vista por otros y por tanto ya no hay que pagar extra. Los telenoticieros internacionales hoy se emiten las 24 horas, lo cual ayuda en especial a este sentido de fragmentación, ya que las noticias suceden sin capacidad para tener un sentido de unidad o de clausura de un tema que al ser importante se repite todos los días en distintos momentos, sin que necesariamente se avance entre una emisión y otra, como ocurrió en el caso Simpson.

Al preguntarse por el tiempo en el cual trabajan los signos de la televisión habría que responder que son entonces los del presente, así como la fotografía significa el pasado, ya que lo que allí aparece ya pasó. La televisión no soporta el pasado y se desentiende del futuro, mientras no sea ya. Cabe de este modo preguntarse: ¿y cómo el telenoticiero genera el orden imaginario si está enjaulado, digamos así, en el presente? Diría que el principal factor, precisamente, está en el mito de la ideología televisiva del directo. Para el televidente el hecho de que los acontecimientos estén sucediendo en el mismo momento de verlos es suficiente garantía de su ideal de estar informado y *up today*. Así se es ciudadano. Y por este camino los telediarios cada vez intensifican más la reportería, el desplazamiento al lugar de los hechos; o la ilusión de desplazamiento, el ambiente

virtual que nos hace sentir que la cámara está en la explosión del avión o en la casa misma donde se cometió el crimen. Pero la ideología del directo, a su vez, es su misma negación: no puede estar en todas partes y por lo tanto evidencia su ideal imposible. Pero algo queda a su favor: toma la vida cotidiana como su rutina diaria. Nunca nada ni nadie se había ocupado con tal instensidad de la cotidianidad como las telenoticias, que buscan por todos los lados crear el asombro mostrándonos la rutina como excepcional.

Esta falta de responsabilidad en lo que dice la televisión, que dice y dice hasta hacer perder el sentido de lo que dice (por lo cual se le ha llamado la "loca de la casa"), hace que algunos estudiosos planteen la aparición de una patología delirante en este aparato que al no cesar de hablar (pues siempre se puede encender), manifiesta una descomposición de la función del lenguaje. "Discurso carente de toda clausura en el que continuidad y fragmentación rompen todo marco comunicativo para las unidades discursivas que contienen y tiende abolir todo contexto referencial a través de un sistemático cierre autorreferencial".⁶ Quizá el telenoticiario, dentro de ese marco delirante de la televisión es también el que legitima la falta de autoridad paterna que, según Freud, define desde la infancia el ingreso a una realidad social que nos salva del padecimiento de psicóticos o neuróticos posteriores, o según Lacan estructura el orden simbólico donde expresamos la realidad. Pero paradójicamente el telenoticiario es también el que permite ciertas huellas de algo real, al ser un género que, necesariamente tiene que vérselas con alguna realidad, así luego con ella fantasee hasta el delirio

Corolario: las mediofantasías. Un ejemplo que ocurrió en mi ciudad puede hacernos pensar, quizá, en camino opuesto a la locura de la televisión o a lo mejor, en su complementación. Se trata del alcalde actual, Antanas Mockus, ex rector de la universidad pública más grande de Colombia. Un día cuando estudiantes izquierdistas sabotearon con gritos uno de sus discursos, él se baja los calzones y les muestra el trasero pelado. Un estudiante lo graba en video y envía estas tomas a la televisión que, por supuesto, complacida lo pasa esa misma noche como la noticia central y de ahí se repite por varias ve-

⁶ Jesús Requena, *El discurso televisivo: espectáculo de la posmodernidad*, Madrid: Cátedra, pp. 1456 y ss.

ces, dando la noticia —y por tanto también su trasero audaz—, la vuelta al mundo. Habida cuenta de su popularidad Antanas Mockus es convencido luego, por parte de simpatizantes, para que se presente como candidato a la alcaldía de Bogotá; lo hace y gana las elecciones. Hoy es el más serio aspirante a la presidencia de la República para 1998, según encuestas de opinión. En verdad su éxito viene desde cuando los ciudadanos vieron parte de su cuerpo como espectáculo, lo cual él sigue haciendo, pues en su alcaldía continuamente inventa cosas, como casarse en circo y otras por el estilo, que llenan de emoción a los ciudadanos a la postre convertidos en público. Pero ¿qué hay allí detrás de ese goce público? ¿Los ciudadanos quieren televisión? ¿Los ciudadanos en alianza con la televisión convirtieron a este distinguido docente universitario en espectáculo de consumo? ¿Se desplazan los ciudadanos a ser más público que grupo urbano? ¿Es esta figura remozada de alcalde una nueva bandera contra la corrupción de la clase política tradicional con nuevas estrategias, una de ellas el uso de los medios? Todo esto es posible. Pero tres cosas al menos son innegables: sin la televisión el hoy alcalde no sería tal sino un sano docente universitario preocupado por problemas filosóficos y matemáticos. Segundo, el pueblo lo ha elegido, sin ninguna maquinaria política y su futuro es popular en estricto sentido. Tercero, su popularidad sigue a pesar de no lograr “hechos reales” como alcalde, como disminuir la violencia de Bogotá, que antes bien ha aumentado el número de crímenes, u organizar el tráfico que sigue tan caótico como antes de él, ni alguna otra obra que puede decirse materialmente cierta. O sea, el alcalde Mockus sigue montado en un paradigma imaginario, como la televisión, del cual es su hijo. Él es, como lo he dicho en otro escrito, un deseo ciudadano. Un alcalde imaginado.

Se me ocurre así que la televisión también está dando otras salidas que merecen estudiarse con detenimiento antes de la condena definitiva a la locura furiosa. La televisión parece hacer puerto en el mundo estético. Algo extraño sucede, pero los relatos de la televisión son distintos. No son realistas, no son fotográficos, no son literarios, no son históricos. Son relatos “mediovirtuales” y las fantasías que por allí se cuelen pueden dominar la escena cotidiana. Es decir, la televisión nos está sirviendo, sobre todo, para fantasear. Pero no digo fantasía como la literaria, para pensar que eso no ocurre, sino que pienso en una fantasía para desrealizar, para desha-

cer, para que lo que es sea de otra manera. Para aspirar con otra lógica que no la racional y consecuente

Si volvemos a los tres ejemplos de los relatos presentados como cuerpos de la televisión, el efecto dramático de Fujimori, la pelea étnica con Simpson y el alcalde imaginado de Bogotá, encontramos tres participaciones distintas donde en todas la televisión jugó un papel determinante. En Simpson la audiencia lo siguió hasta el delirio, hasta la derrota de las expectativas de que fuese condenado, con la pérdida de todo nivel de objetividad en donde al parecer al final se trató de un problema de misteriosa defensa de raza. O sea que Simpson se tornó el problema que vive la ciudadanía estadounidense en una época de especial sentido racista y fronterizo. Con Sendero y Fujimori se trató de una decisión unilateral que surtió efectos en el mundo entero, como signo de un amarrarse los pantalones con la guerrilla y de un presidente con autoridad que incluso cierra el congreso. En este caso se trató de un *show* que utilizó la televisión para enviar un mensaje al mundo de un nuevo Perú. En Bogotá ocurrió algo distinto. La televisión descubrió un espectáculo y quiso hacer pornografía con él, pero la ciudadanía lo tomó como alternativa y lo volvió su aliado hacia un interés democrático y purificador de una clase dirigente impopular y corrupta. Por la televisión se expresó un deseo ciudadano y éste podría ser transformador, hasta el punto de que el medio daría una oportunidad de relevo político de una clase cerrada que domina este país desde siempre.

De lo anterior se desprende que existe una gran relación entre televisión, sociedad y política, pero no en sentido obvio de que en la televisión se haga política, sino que ésta permite atrapar fantasías ciudadanas que conlleven a cambios sociales inesperados. La relación política y televisión habrá de verse como instancia donde la sociedad por ser audiencia, precisamente, puede elegir. Y ese espacio se da en las noticias, pues por más que éstas se descorporicen (se hagan virtuales) y se corporicen (se vuelvan negocio de corporaciones) siempre el televidente tendrá decisión (muestras de lo real que sobrevive), y cuando esto ocurre el proceso se da a la inversa: de audiencia, de público, de consumidor, se torna ciudadano: con la ayuda de la televisión.

Irvine, California, julio de 1996