

Representación y poder: El noticiero de televisión en Colombia¹.

Alexandra Fierro Morales & Christian Delgado Bejarano

En Colombia la mayor parte de la población se informa a través de la televisión. La información del noticiero es la fuente a partir de la cual se “*construye*” la realidad del país, porque presentan los hechos “*importantes*”, que no se ponen en duda porque han logrado la legitimidad suficiente para ser aceptados como válidos por los espectadores. Este trabajo busca presentar la forma en que se construye el noticiero de televisión en Colombia y la forma en que se representan allí los diferentes sectores sociales. A partir de una observación etnográfica del trabajo de producción y de la emisión del noticiero buscamos las relaciones de poder que existen en el campo social y que en últimas son las mismas relaciones de poder del noticiero, pero en un campo más pequeño, con unos agentes específicos.

Las observaciones de campo durante la emisión de un noticiero, así como entrevistas a personas que han trabajado durante años en diversos campos de la televisión -incluyendo las noticias- son la base del análisis de la producción. La observación atenta de los noticieros y una semana de grabación de las emisiones de los noticieros Caracol y R.C.N. durante el mes de diciembre fueron la base empírica sobre la que se realizó el análisis de las representaciones de situaciones, lugares y personas, es decir, de la forma en que se representa el mundo social en el noticiero.

Los conceptos elaborados por Pierre Bourdieu son las herramientas teórico-conceptuales básicas en el desarrollo de este trabajo. A continuación se presenta una definición de los conceptos fundamentales usados en el análisis.

El *habitus* es el sistema de disposiciones, esquemas de pensamiento, acción, percepción y sentimientos que el individuo incorpora y que le permite establecer su relación ordinaria con el mundo, en otras palabras, constituye lo social incorporado.

El *habitus* es a la vez un sistema de esquemas de producción de prácticas y un sistema de esquemas de percepción y de apreciación de las prácticas; sus operaciones expresan en los dos casos la posición social en la cual se ha construido. El *habitus* produce prácticas y representaciones que están disponibles para la clasificación que están objetivamente diferenciadas; pero no son percibidas como tales más que para los agentes que poseen el código, los esquemas clasificatorios necesarios para comprender su sentido social.

Un capital es el factor eficiente de un campo dado, permite ejercer poder, influencia. Es en esta medida que los campos son espacios de “juego” en constante cambio y las relaciones de fuerza entre los jugadores definen su estructura.

Los estilos de vida son productos sistemáticos de los *habitus*, devienen sistemas de signos socialmente calificados. Un juicio clasificatorio supone que somos capaces de ver la relación de las prácticas o las representaciones y las posiciones ocupadas en el espacio social. El gusto es el conjunto de preferencias manifestadas, producto de condicionamientos asociados a una clase particular de existencia.

Es en la relación entre las dos capacidades fundamentales que definen el *habitus* la capacidad de producir unas prácticas enclavables y la capacidad de diferenciar y de apreciar estas prácticas y estos productos -en el gusto- donde se constituye el mundo social representado, esto es, el espacio de los estilos de vida. El espacio de las posiciones sociales se presenta en las prácticas y los bienes que poseen los agentes que las representan. A cada clase de

¹ Ponencia presentada en el simposio A21 del 51º Congreso Internacional de Americanistas, Santiago de Chile, 2003.

posición corresponde una clase de habitus y a un tipo determinado de habitus corresponde un grupo sistemático de bienes y de propiedades, unidos entre sí por una afinidad de estilo. De esta forma se establece una correspondencia por medio de los habitus, de las disposiciones, de los gustos entre las posiciones y las prácticas, las preferencias manifestadas, las posiciones expresadas.

El espacio social tiende a funcionar como un espacio simbólico que está organizado según la lógica de la diferencia, un espacio de estilos de vida y de grupos de status, caracterizado por diferentes estilos de vida.

El capital simbólico es un capital legitimado que oculta la arbitrariedad y la relación de poder que hay detrás de él, por ser reconocido y desconocido a la vez. Surge de relaciones entre signos de distinción, es un capital transformado (puede ser económico, cultural, político y social.)

La dominación simbólica, *“se instituye a través de la adhesión que el dominado se siente obligado a conceder al dominador (por consiguiente la dominación) cuando no dispone para imaginarla o imaginarse a sí mismo o, mejor dicho, para imaginar la relación que tiene con él, de otro conocimiento que aquel que comparte con el dominador y que por ser asimilada hacen que esa relación parezca natural. El efecto de la dominación simbólica se produce a través de los esquemas de percepción, de apreciación y de acción que constituyen los habitus”*².

Hasta mediados de los noventa la televisión comercial en Colombia funcionaba con dos canales públicos cuyos espacios licitaban las “programadoras”, empresas que producían todo tipo de programas, desde novelas hasta noticieros. En el noventa y siete el gobierno cedió espacio para dos canales privados a nivel nacional. Las programadoras pertenecientes a los dos grupos económicos más grandes fueron las únicas capaces de llenar estos espacios, convirtiéndose así en los canales RCN y Caracol. Las demás, al no poder competir, se convirtieron en proveedoras de servicios para estos dos canales.

Ignacio Gomez, periodista e investigador escribe al respecto:

*“Durante el año 2001, los dos canales privados de cubrimiento nacional controlaban más del 85% de la torta publicitaria de televisión, condición que la Anda considera un “muy preocupante resultado para la competitividad del mercado”. Los espacios informativos de las mañanas en los dos canales del Estado fracasaron en su primer año; en el Canal A, a comienzos del año 2001, desaparecieron sus franjas informativas del mediodía y al término del mismo no había ningún noticiero. En el transcurso del año 2001, dejaron de emitir noticias en las dos franjas de la noche el Noticiero 24 Horas, el Noticiero Nacional, Noticias de la Noche, Noticiero de las Siete y En Vivo 9.30 P.M. La misma suerte corrieron el Informativo Nacional, la Revista 24 Horas, el Noticiero TV Hoy, Uninoticias y NTC Noticias. El Canal A, que en 1997 transmitía cuatro noticieros diarios entre semana y tres en los fines de semana, hoy no tiene ninguno. Junto con las empresas programadoras que habían participado en la fundación y el desarrollo de la televisión en Colombia (como JES, Cenpro, Punch y Tevecine), desaparecieron seis agencias de publicidad y productoras de comerciales para televisión: Propaganda Época, Contacto, Mercurio, Atlas, Esfera y Tema, mientras que otras agencias y programadoras redujeron su personal en más de un 80% y se convirtieron en casas de posproducción”*³.

La competencia entre programadoras se acabó y comenzó la competencia entre canales: los privados y los públicos. Es aquí donde podemos empezar a delimitar nuestro campo. La lucha

² P. Bourdieu, 2000, pp 49.

³ Gomez, 2002.

comenzó a definirse por la diferencia en el capital económico que anticipó una desigualdad tecnológica entre los canales. Una estrategia de lucha consistió en suprimir la publicidad de productos -pertenecientes a esos dos grupos económicos- en los canales públicos llevándolos a la quiebra. Los dos canales privados, supuestamente antagónicos, se aliaron para excluir los canales públicos de las transmisiones de fútbol y fórmula uno, deportes de interés nacional.

No fue, sin embargo, una lucha centrada en el capital económico. Este fue tan solo una herramienta para conducir otra lucha: el posicionamiento político de los dos grupos. El costo que asumieron para conseguir la hegemonía fue tal, que todos estos años los canales privados trabajaron a pérdida, algo ilógico si se mira desde el punto de vista económico.

Sumar el capital económico a la legitimidad política es alcanzar el grado más alto entre las posiciones dominantes del espacio social.

La máxima expresión política del canal de televisión se encuentra en el noticiero, entendiendo lo político como la lucha por la hegemonía en el ordenamiento discursivo y categórico del mundo. La forma en que el noticiero se ubica frente a los agentes dominantes como el Estado, los grupos guerrilleros, los paramilitares y los demás sectores sociales configura la construcción de una identidad que llega a ser la visión social reconocida. Así hoy -como nunca antes- el Estado se personifica en el presidente, al que se brinda un apoyo incondicional, que se refleja en el fortalecimiento de la imagen de los militares, núcleo de su política; la relación con el Senado es más ambivalente debido a las tensiones entre los representantes del gobierno y sus opositores. Frente a los grupos guerrilleros la relación está mediada de manera evidente por la postura del presidente y ha degenerado en una campaña de total desprestigio y despolitización de sus acciones. Con los paramilitares se ha dado un proceso creciente de reconocimiento de su validez como interlocutores políticos.

La creación del personaje de Carlos Castaño contribuyó a polarizar las posiciones que se tenían, planteando la confrontación armada como la única salida posible. En cuanto a los otros sectores sociales el noticiero se presenta a sí mismo como la expresión de la voz ciudadana. El problema radica, sin embargo, en la construcción de ciudadano producida por el noticiero. Sobre estos dos últimos puntos volveremos más adelante.

Dentro del Campo: Un Orden, Una Orden

El equipo de producción de un noticiero está compuesto en general, de arriba abajo, por un director, un grupo de productores, el equipo de reporteros, los editores, los camarógrafos y sus asistentes. Cada uno con un habitus determinado por diferentes volúmenes de capital. En este campo el capital social -en el que confluyen el educativo, el cultural y el económico- con el tipo determinado de relaciones sociales que genera, es el capital con que se consolida prestigio. El director, quien por lo general cuenta con una formación en periodismo, es quien posee los volúmenes más altos de capital en todas sus manifestaciones.

Esto asegura de antemano su legitimidad y la forma en que debe verse y presentarse la información y le produce al grupo económico la confianza necesaria para delegar en él la representación de sus intereses.

Los reporteros deben poseer un capital específico que implica el reconocimiento del sentido del juego que prima en el campo: la interpretación correcta de los lineamientos emitidos por el director. Dentro de sus estrategias se encuentra un sentido propio de autocensura, expresado en el *"sí, es verdad, pero nosotros tenemos que comer"*. De esto depende la permanencia en el

noticiero y la posibilidad de ascender, de ahí que sea el reportero quien reciba el mayor volumen de violencia simbólica dentro del campo.

De nuevo, relata Gómez:

“Ante la inexistencia de la "cláusula de conciencia" en la legislación colombiana, el sistema más usado para la vinculación de personal directivo en las plantas de redacción es la suscripción de contratos de salario integral con la definición de personal de confianza y manejo, que permite la liquidación unilateral del contrato. Por lo menos 560 periodistas perdieron su empleo con el cierre de las salas de redacción de los nueve noticieros de televisión que devolvieron sus espacios y de la cadena nacional Radionet -absorbida y luego operada por su socio, Caracol Radio-, y con los ajustes en las plantas de personal de los demás medios de comunicación. Tal cifra no incluye a los demás trabajadores de los medios, muchos de los cuales deberían considerarse también periodistas (editores de televisión, camarógrafos y auxiliares de redacción)”⁴.

Los técnicos y sus asistentes manejan un capital que se relaciona con su competencia en el uso de los aparatos y con el dominio de las imágenes preconcebidas por el lenguaje visual de la noticia y son quienes tienen los niveles más bajos de capital en el equipo de producción. Es paradójico que en sus manos queda la elaboración de la materia prima y fundamental de la noticia: las imágenes. De modo que la primera instancia concreta en que se construye la representación viene de quienes se consideran los “desposeídos” del campo.



La noticia nace cuando el director autoriza grabar un hecho y le ordena al periodista un tratamiento consecuente con los intereses del noticiero. El periodista interpreta la orden del director en términos complacientes (este es a la larga el habitus del reportero) y le da el tema de la nota al camarógrafo. Este, cuando tiene cierta experiencia, conoce de antemano los planos típicos con que se construye cualquier nota según su contenido. El camarógrafo no busca momentos -como el fotógrafo- sino ejemplos de planos preconcebidos (manos contando billetes, semáforos, frutas en una plaza.)

De vuelta en el canal el reportero lleva el material a la sala de edición. El editor conoce las recetas necesarias para construir notas según el tema y su trabajo también se convierte en una actividad mecánica al cortar y pegar planos sobre la voz que el reportero acabó de grabar con la narración de los hechos. Luego el director aprueba o manda modificar la nota y la ubica dentro de la continuidad o guión de emisión. Existe un consenso político que da forma a toda la información que se transmite y un consenso formal que hacen del contenido del noticiero una constante repetición de un mismo esquema.

Las luchas que se dan en el campo del noticiero no buscan cambios sino que son luchas por mantenerse en el campo mismo e impiden cualquier tipo de postura política que choque con lo postulado por el director. El caso de ACOTV, el sindicato de la televisión pública, es claro: el marginamiento al que ha sido sometido este sindicato y que pasa por la construcción de una esencia social negativa “perezosos, borrachos etc” es una lucha simbólica en la que quienes ocupan las posiciones dominantes configuran la visión social que se tiene de todos los agentes. La humillación y el maltrato verbal, escudado en la presión y el estrés del medio -que busca generar un control constante sobre la producción- son formas de lucha interna donde se hacen

⁴ Gomez, 2002.

explícitos los volúmenes de capital simbólico para dar cuenta de quienes pueden y a quienes se puede insultar, despedir arbitrariamente y hasta maltratar físicamente. Dirigir una humillación, despedir o censurar a alguien no solo ejerce un efecto sobre el individuo sino que se esparce por todo el campo llevando un mensaje claro a todos sus agentes.

Estas relaciones de poder se sustentan fuertemente gracias a la mínima demanda de fuerza de trabajo y a la enorme oferta de la fila de periodistas desempleados esperando una vacante.

Existen tres tipos de trabajo: el trabajo técnico que realizan los editores, asistentes, camarógrafos y operadores de consolas, que por lo general no superan la educación media; el trabajo periodístico realizado por los reporteros, que en la mayoría de los casos -y cada vez más- tienen formación universitaria y, por último, el trabajo directivo. La posibilidad de ascenso entre los distintos niveles es prácticamente nula. Esta división del trabajo obedece a unas condiciones sociales de existencia reproducidas por el sistema social que el noticiero legitima. A pesar de contar con mecanismos de resistencia (la reivindicación de los técnicos como los verdaderos realizadores de la televisión en contraposición a los que solo dan órdenes y llevan el crédito y el resentimiento hacia los universitarios, practicantes o trabajadores manifestado en negligencia y sabotaje, son los más comunes) el peso de la dominación simbólica es tal, que no permite un cambio estructural de las relaciones de poder.

Mostrar y Ocultar: El Poder Toma Forma

La construcción y representación de lugares y personas son las formas en que se manifiestan las categorías para nombrar el mundo social con las que cuentan y construyen el noticiero.



La noticia a nivel nacional es construida a partir de la concepción de Bogotá como el centro y la cabeza del país. Esta ubicación geográfica evalúa la lejanía o proximidad del lugar de la noticia y también su importancia. Los lugares “alejados” sólo son visibles cuando ocurren tragedias naturales o hechos de barbarie –que de todas formas son frecuentes-. La distinción es bastante sencilla: Bogotá, fuera de Bogotá. Un caso particular de construcción de lugar es el del llamado “Caguán”, que fue la zona de despeje concedida a las FARC para iniciar conversaciones con el gobierno. San Vicente del Caguán fue tan solo uno de los cinco municipios que abarcaban la zona del despeje.

El Caguán se convirtió en sinónimo de zona sin ley, espacio privilegiado para los peores ilícitos (terrorismo, secuestro y narcotráfico). Alguna vez, en un debate del Congreso, se habló de la Universidad Nacional de Colombia como un Caguancito.

En Bogotá se plantea la división geográfica a partir de tres puntos: el norte, el centro y el sur que llevan a su vez una construcción determinada de situaciones y personas. En el norte se toman las decisiones fundamentales para el país, ocurren las reuniones de los sectores importantes de la sociedad, los eventos de moda, se ubican sitios como los lugares de residencia de las personalidades del país y los sitios de moda. Por consiguiente quienes se ubican en este espacio geográfico son gente que goza de respeto y protagonismo, es la gente importante *“todas las formas de ser percibido que hacen al ser social conocido, visible (dotado de visibility) célebre (o celebrado), admirado, citado, invitado, amado, etc., son diversas manifestaciones de la gracia (charisma) que saca a los (o las) que toca de la miseria de la existencia sin justificación y que les confiere no solamente una “teodicea de su privilegio” (...) sino una teodicea de su existencia”*⁵.

⁵ Bourdieu, 1999. p. 318.

La construcción del parque de la 93 como un sitio de moda, en el que se materializa la vida del ocio y del placer “legítimos” y que por tanto está destinado a sectores específicos, es socialmente excluyente y es un ejemplo claro de la postulación de un espacio que podría pensarse insignificante -un parque de una cuadra rodeado de cafés- convertido en el “espacio social” por excelencia, tanto así que un noticiero lo llegó a declarar el sitio más importante de Bogotá.

El centro tiene una doble construcción: por un lado existe como centro cultural y tradicional, y por el otro, como el lugar donde se sienten los efectos de la protesta.

El sur tiene por lo general una construcción negativa, que puede ser asociada con el delito: allanamientos, desmantelamiento de bandas, violencia extrema e intrafamiliar, protestas, pero a la vez un reconocimiento de unas condiciones de vida subnormales que puede manifestarse en tragedias causadas por desastres naturales que sólo afectan esta parte de la ciudad.

Esta segunda categoría plantea un espacio para la “solidaridad social”, para la beneficencia. La forma en que se construyen los personajes se relaciona directamente con estas situaciones y va del reconocimiento del “pobre” como peligroso, astuto y malo o como bruto o ingenuo hasta la tontería. La expresión de estos sectores es censurada -lo que no quiere decir negada- para reproducir y justificar las categorías de dominación y la forma en que está ordenado el mundo social. “Al estructurar la percepción que los agentes sociales tienen del mundo social, la nominación contribuye a construir la estructura de ese mundo, tanto más profundamente cuanto más ampliamente sea reconocida, es decir, autorizada. En la medida de sus medios, no hay agente social que no desee tener ese poder de nombrar y de hacer el mundo nombrándolo”⁶.

El deporte es otra forma de visibilidad de los sectores “desposeídos”, quizá la más positiva, en un país en el que el fútbol es de las pocas actividades que moviliza sentimientos de pertenencia.

Esta división geopolítica de la ciudad está tan arraigada en la presentación de los noticieros que los graficadores ya tienen plantillas archivadas con los nombres norte, centro y sur de Bogotá. Los sectores sociales que se representan, postulan la “sociedad civil” como las asociaciones gremiales con peso económico o las movilizaciones convocadas por agentes institucionales. De esta forma plantean una ciudadanía que no nace de las organizaciones de base sino que se conforman a partir de una intervención externa pero legítima. Por el contrario, es constante que cuando las movilizaciones sociales son en contra del gobierno se habla de “infiltrados” o “manipulación” por parte de la guerrilla, lo que automáticamente deslegitima sus reclamos.

Además de la construcción de personas, existe la construcción de personajes. Carlos Castaño, líder de las AUC, el grupo paramilitar más grande de Colombia, se ha consolidado como agente activo y positivo del conflicto, a través de un proceso mediático, casi ritual, que empezó con una entrevista-confesión que buscaba la comprensión y expiación de sus actos y continúa con su posicionamiento en la escena política a través de testimonios y declaraciones puestas al mismo nivel de los agentes legítimos. Así, Castaño pasó de ser proscrito a víctima, luego vengador y finalmente caudillo político.

Desdibujando Fronteras

El noticiero se convierte en un espacio en el que se hacen difusas las divisiones de la realidad social, que se reconfigura a partir de la inclusión de agentes o elementos que pertenecen a ciertos ámbitos en otros. Esto se hace evidente en, por lo menos, tres formas:

⁶ Bourdieu, Pierre 1985 “¿Qué Significa Hablar? Economía de los intercambios lingüísticos”. Ediciones Akal, S.A, Madrid pp. 65.

- Espacios privados llevados a la esfera pública
- Personajes de la política mostrados informalmente
- Personajes de la ficción llevados a la vida real.

En el primer caso deja de existir una frontera definida entre los asuntos privados y los que deben ser debatidos públicamente. Es constante que temas como la legalización de las uniones homosexuales -que son de ámbito exclusivamente privado- se postulen como de interés público, mientras temas como la reforma fiscal que impuso IVA a la mayoría de productos de la canasta familiar, pasen desapercibidos. Distraer a la ciudadanía de aspectos vitales parece ser el objetivo fundamental de esta práctica. No existe ningún interés en la formación de ciudadanos políticos, por el contrario, mantener un analfabetismo político parece ser la manera de conservar su legitimidad.

En el segundo caso, personajes de la vida política -Presidente, Ministros, Alcaldes- muestran su aspecto "humano"-debilidades, errores, actos graciosos- su vida familiar, etc, en la sección de farándula del noticiero. Esta "reconstrucción" de los personajes políticos como individuos comunes busca reforzar la legitimidad del poder, en un momento en que se tiende a la concentración de éste en personas, por encima de los cargos ocupados o las instituciones representadas.

En el tercer caso personajes de las novelas de más *rating* se convierten en personajes de la vida pública, tanto como para ser entrevistados en el noticiero. Los actores representan sus papeles y responden de acuerdo con la motivación que el guionista le dio a su personaje. Estos personajes son entrevistados para hacer parte en debates que pueden ir desde lo más trivial hasta lo más trascendental en lo político y lo doméstico.

Otra estrategia (que si bien busca mantener el *rating* mediante lo que en producción de televisión se llama "arrastre" logra además producir estas reconfiguraciones) consiste en lanzar los titulares del noticiero al terminar el plano que cierra la telenovela para emitir los créditos después de los titulares. Da la impresión de que la novela no termina.

Estas tres maneras de reconfigurar la realidad social se entrelazan. Un caso representativo se dio cuando en la novela "*Yo soy Betty, la fea*" Betty, la protagonista estaba a punto de aceptar un soborno. En esto terminaba el episodio dejando al público a la expectativa. A la mañana siguiente se generó un despliegue nunca antes visto de titulares, encuestas, columnas y notas televisivas produciendo el debate sobre si Betty debía o no aceptar. El asunto llegó hasta la Presidencia de la República y algunos congresistas que afirmaban que la corrupción no podía ser un valor representado por un personaje tan querido e importante por los colombianos. Betty nunca aceptó. Esto realzó su imagen y con ella el *rating* de la novela.

Herramientas Narrativas

La nota es la unidad discreta que constituye el resto del noticiero, tiene una duración aproximada de 50 segundos y se construye a partir de tres herramientas: Ideas preconcebidas que hacen parte del mundo social y sobre las que todos los agentes están de acuerdo, el consenso social está asentado sobre estas ideas y permiten que exista la aceptación de su contenido y la asimilación del mensaje. Este esquema puede permitir que haya casos en los que se pueda inventar una noticia o poner en escena sin problemas.

La modulación con que se cuenta la noticia puede considerarse como un lenguaje ritual revestido de una solemnidad que busca despersonalizar al periodista para convertir el mensaje en uno sagrado y omnipresente. Se pretende a través de un tipo particular de elocuencia consolidar autoridad y confianza en el mensaje emitido. Este mismo esquema aplica para la lectura de los titulares.

La tercera herramienta es el “*montaje ingenuo*” que los realizadores de cine califican de mediocre. Lo que queremos mostrar acá es que el lenguaje audiovisual del cine no puede ser un referente para criticar el lenguaje de la nota pues este es uno totalmente distinto, más parecido a la iconografía religiosa que monta elementos relativamente autónomos contruidos a partir de un patrón establecido, cuya legitimidad se basa no en la innovación sino en la fiel reproducción de ese patrón. Es aquí cuando los planos preconcebidos del camarógrafo casan perfectamente con una edición que los ubica siempre de acuerdo a la narración de la voz en *off* y encadenados uno con otro a través de disolvencias. Lo que en el lenguaje cinematográfico se conoce como la cacofonía visual sirve por un lado para dar autoridad a la palabra en términos de prueba o testimonio y por el otro para darle un velo a la palabra generando la ilusión de que son las imágenes las que transmiten el mensaje. Esto, sin embargo, logra reforzar el poder de la palabra, al hacerla menos consciente. Las imágenes se montan de forma tal que no den lugar a la interpretación.

El Wipe y La Barra



Siguiendo el esquema de composición visual de la nota, el wipe es, en palabras de un graficador, “*la editorial de la nota*”. El wipe es la imagen compuesta sobre el plano del presentador, generalmente cargada a la derecha (siguiendo el precepto de la teoría de la imagen que ubica esta zona como la de mayor peso visual), que guía la lectura de la nota que será emitida. La composición del wipe consiste en yuxtaponer símbolos que construyan un sentido inequívoco, con un texto por lo general de una sola palabra dictado por el director.

Dentro de la nota tenemos la barra que es el título que aparece de forma permanente a lo largo de ésta. Es un texto que en unas pocas palabras resume la noticia y es, de nuevo, dictado por el director y puesto en vivo durante la emisión del noticiero. Para el televidente desprevenido, la lectura de la barra lo ubica en el acontecimiento que se describe visualmente, dirigiendo el sentido que debe tener.

Un caso ilustrativo: en una nota sobre la situación política de Venezuela la barra decía “*Marchas contra Chávez*”, que correspondía en principio a la información que se estaba transmitiendo, pero luego pasaron a las manifestaciones de los simpatizantes, sin que el mensaje de la barra fuese cambiado. Quien no escucha el noticiero, como ocurre en la emisión del mediodía, pensada para la hora del almuerzo, en la que los restaurantes están siempre llenos y tienen el televisor prendido, pensaría que eran sólo marchas en contra de Chávez.

Legitimidad y Distinción: Símbolos de Autoridad

Los presentadores cumplen la función de representar los hábitos considerados legítimos centrados no sólo en el lenguaje -las palabras usadas y su pronunciación- sino en su propia presentación personal que va desde el uso del cuerpo mismo, sus gestos faciales y corporales, hasta el maquillaje y la ropa que usan, que, siendo todos símbolos de distinción, tienen un determinante de clase en el que confluyen tanto un capital educativo como social. De esta forma los presentadores pueden pensarse como la personificación no sólo de los capitales sino de las relaciones y los papeles sociales considerados correctos.

En cuanto a las representaciones de género existe una política clara: el presentador es un hombre inteligente y la mujer es simpática y correcta; en los deportes siempre el presentador es un hombre y en sección de farándula una mujer.

Ilusión del Directo

El “directo” persigue la ilusión de simultaneidad, una relación con el aquí y el ahora que hace más profunda la idea de estar presenciando la realidad, una validación de la tecnología. La paradoja consiste en que el directo es, en muchos casos, una puesta en escena que busca legitimar el papel del periodista y del noticiero como el medio de cubrimiento que está en el lugar y en el momento en que ocurre la noticia. Es el caso del periodista al que al comienzo de una nota se le ordena que vacile para dar la ilusión de que está estresado por estar en directo, cuando la nota ha sido grabada hace algunas horas.



Relación Palabra/Imagen

Dentro de la configuración del campo establecemos dos espacios diferenciados en términos de poder y en los que se puede ubicar agentes específicos del campo: estos espacios corresponden a la palabra y a la imagen. La palabra representa y retraduce en términos legítimos las imágenes que se suponen “simples”, complejizando otra vez el significado que se pretende transmitir y llenándolo de autoridad, representada por la validación del director y por su intervención en el producto final, que en su construcción ha hecho un doble recorrido de arriba abajo y de abajo arriba. Como se vio, en la construcción de la nota, la palabra subordina la imagen, determina el sentido. El espacio de la presentación de noticias corresponde al de la palabra y el de las notas al de la imagen.

Diferentes Emisiones, Diferentes Realidades

El noticiero presenta este esquema básico: titulares, nacional, internacional, deporte y farándula. A lo largo del día, el noticiero se transmite en 4 emisiones: a las 7 a.m. se fusiona con un magazín, a las 12:30 m, con una sección de farándula y entretenimiento que dura casi una hora. Las emisiones nocturnas se pueden considerar más “serias” y tienen una duración de media hora a las 7 p.m y a las 9:30 p.m. Esta última es la que lleva la carga política más fuerte del día y la que produce mayor audiencia, lo que no significa que le dedique más tiempo a la política sino que intensifica su contenido con las presentaciones, los titulares y las barras que provienen directamente del director, del espacio de la palabra. Para 30 ó 35 minutos de noticiero se reservan entre 15 y 20 para deportes, de 5 a 8 para manejar nacionales e internacionales y el resto para las notas finales de farándula. El motivo de esta distribución obedece totalmente a estrategias de mercado pues los deportes son los que atraen audiencia y con ella sustento económico. Sin embargo, la distribución en tiempo es compensada con un juego de intensidades donde los pocos minutos destinados a la situación nacional e internacional bastan para producir suficiente capital político, intención última del noticiero.

Pese a que cada canal tiene su noticiero, la competencia lleva a que, en vez de ser distintos, sus informaciones sean prácticamente las mismas. Los dos noticieros se construyen mutuamente, pues en sus propios estudios cada uno vigila la emisión del otro y modifica su continuidad en vivo; llega un momento es que es imposible saber cuál noticiero es el que está construyendo al otro.



Este análisis nos permite plantear las siguientes conclusiones:

Los noticieros reproducen las relaciones de poder existentes en el campo social, justificando las desigualdades en el tipo de personajes que se construyen para los diferentes grupos sociales, en el que cada uno ocupa el lugar que le corresponde por sus "*capacidades innatas*".

La forma en que se construye el producto audiovisual da cuenta de las relaciones de dominación existentes en el campo de la producción del noticiero y es un reflejo de las relaciones de poder del campo social en general.

El producto audiovisual se divide en dos: la imagen y la palabra. Las imágenes, a pesar de ser el "*sustento empírico*" de la noticia están subordinadas en todo momento a la palabra. Las imágenes se convierten simplemente en el soporte de autenticidad de los discursos contruidos con la palabra. Tanto imagen como palabra remiten cada una a espacios claramente diferenciados en el campo social de la producción del noticiero. Así, el producto audiovisual en su montaje, está determinado por la configuración del campo que lo produce

La propuesta de medios alternativos de información debe tomar en cuenta no sólo la forma y el contenido de su producto sino también el modo en que configura el campo social de su producción.

BIBLIOGRAFIA

Bourdieu, Pierre. "*¿Qué Significa Hablar? Economía de los intercambios lingüísticos*". Ediciones Akal, S.A, Madrid.1985.

_____. "*Sobre la televisión*" Anagrama, Barcelona. 1997.

_____. "*La distinción: criterios y bases sociales del gusto*", Editorial Taurus.1998a.

_____. "*Cosas dichas*", Gedisa, Buenos Aires.1998b.

_____. "*Meditaciones Pascalianas*" Anagrama. Barcelona. 1999.

_____. "*La dominación masculina*" Anagrama, Barcelona 2000.

_____. "*Campo de poder, campo intelectual*" Quadrata, Buenos Aires. 2003.

Bourdieu P, Wacquant, L. "*Respuestas. Por una antropología reflexiva*", Grijalbo, México. 1995.

Gómez, Ignacio. "*Libertad de expresión herida de muerte*" en Revista Número No 34, Numero ediciones, Bogotá. 2002.