

¿Nos manipulan los medios?

Patrik CHARAUDEAU*

(Traducción de Eva ALADRO)

(Abstracts y palabras clave al final del artículo)

Recibido: 26 junio 2005

Aceptado: 28 junio 2005

¿Nos manipulan los medios? Es ésta una pregunta que está en el centro de muchas conversaciones, discusiones o análisis. A menudo, además, se la responde por anticipado, y los argumentos que siguen después sólo están ahí para recriminar a esa máquina que fabrica información falsa. De un lado se la condena por su sensacionalismo (aunque si no satisface esa demanda se le reprocha su aburrimiento y su falsa neutralidad); de otro lado se le recrimina el deformar las intenciones de tal o cual declaración política, al sacar una frase fuera de contexto para titular (pero si no lo hace, la entrevista corre el riesgo de pasar inadvertida); de otro lado aún, se le critica su carrera por la exclusiva que la conduce a llevar casi toda la información al acontecimiento susceptible de impresionar al lector, oyente o espectador: epidemia, epizootia y otras catástrofes más o menos naturales; y finalmente otros la acusan de alimentar rumores. No es hasta los análisis intelectuales cuando, tras la crítica en toda regla de Pierre BOURDIEU sobre la información televisiva, se argumenta demostrando los nefastos efectos de los medios televisivos. Sin olvidar los otros soportes (prensa y radio), que además de dar la palabra a los detractores de la televisión, se permiten, de vez en cuando, hacer un artículo, comentarios

* Patrick CHARAUDEAU es investigador y profesor en las Universidades de Paris Nord y Paris XIII (Centre de Analyse du Discours) francesas. Experto en medios de comunicación, analista del discurso y con amplísima dedicación profesional al campo de los medios visuales y verbales, sus contribuciones en varias lenguas al análisis de medios son numerosísimas y esenciales.

o incluso presentar un dossier sobre la cuestión: ¿coartada? ¿autocrítica? ¿o simple crítica para desmarcarse de los otros?. Nunca nadie sube al estrado para defender a los media, pues si lo hiciera, se le tildaría de secuaz del capitalismo mediático, es decir de la globalización telecrática. ¿Acaso hay de otro tipo distinto de pensamiento único?

Sin embargo, desearía defender aquí un punto de vista diferente, aun cuando en algunos puntos coincida con los otros ya mencionados. Podemos pensar, en efecto, que no haremos avanzar efectivamente la democracia mediática si nos contentamos atribuyendo a la televisión todos los males del mundo moderno, porque es una máquina de desinformación y por ello de manipulación de la opinión pública. De hecho este juicio forma parte de un esquema de pensamiento muy antiguo sobre lo que constituye la transmisión del saber: existiría por un lado un emisor, fuente de saber (persona, institución), que utilizaría un cierto canal de información, y de la otra parte un receptor que no haría más que acusar la recepción de información y que la registraría sin problema como si de algo transparente se tratara. De la misma forma, el éxito de este proceso residiría únicamente en la fiabilidad de la fuente (deber de sinceridad de la persona que informa, deber de verificación para la institución que está en el origen). A esta concepción del mecanismo unívoco de la información, se ha añadido un juicio moral que le da su razón de ser social: si informar es proporcionar al individuo un saber que ignora, y a partir del cual se formará una opinión, entonces informar, para quien detenta la información, se convierte en una obligación, un deber moral. Dicho acto sería la señal de solidaridad de los seres humanos que viven en comunidad.

De hecho las cosas no son tan simples, y ello al menos por dos razones. Una de esas razones va ligada a la noción misma de ideología, al menos tal y como se define en la tradición marxista, como discurso dominante destinado a enmascarar las situaciones de explotación social. La información, en este caso, y sobre todo cuando es dispensada por los aparatos del Estado, se pondría al servicio de la defensa de los intereses de los poderosos. Tendría pues una finalidad manipuladora de la opinión de la masa, en provecho del bienestar material de una minoría. Esta concepción ha sido criticada desde entonces, y muy pocos pensadores y filósofos modernos la defienden en su radicalidad. Ello no impide que conservemos la hipótesis, parcialmente verificada, de que informar es buscar influir en la opinión del otro. La segunda razón reside en la complejidad de ese famoso mecanismo de información. Las ciencias humanas y sociales nos enseñan diversas cosas: que en la fuente el saber es múltiple y no se presenta como algo dado simple y natural, sino como algo compuesto y construido; que el canal de información no es un simple cauce por el cual transitaría la información, sino que él mismo

es un lugar de puesta en escena de la información que influye en su significado y en el efecto que puede producir en quien la recibe; y finalmente, que el receptor no es un ser único, sino constituido por grupos diversos cuya identidad varía según parámetros de sexo, edad y profesión, ciertamente, como nos muestran los sondeos, pero sobre todo por su nivel de educación, de su actividad social y por su interés personal. Así, es mejor intentar comprender cómo funcionan los medios de información, descubrir lo que son sus limitaciones y sus márgenes de maniobra, constatar lo que pueden o no pueden hacer, y quizás también imaginar lo que podrían o incluso deberían hacer.

No se pueden confundir los diferentes soportes mediáticos (prensa, radio y televisión) porque no obedecen a las mismas reglas de funcionamiento, no trabajan con el mismo material y no producen los mismos tipos de efecto sobre un público que además no es el mismo, por lo que nos dedicaremos más particularmente al estudio del discurso de la información televisiva. Partiremos de cuatro consideraciones. En primer lugar, que la televisión, en tanto medio de información, es un instrumento (entre otros) de funcionamiento de la democracia. Que cada cual piense como quiera, pero la televisión informa de los hechos y sucesos del mundo, difunde las explicaciones sobre lo que podemos pensar de esos sucesos, y permite que se discuta sobre ello. En ese sentido, la televisión acoge un espacio de discusión ciudadana sin el cual no hay democracia razonable, y no se la puede tachar, como en algún momento se hizo, de “opio del pueblo”. Seguidamente, aceptaremos esa banalidad según la cual se dirige a las masas (público todavía más extendido que los lectores de prensa), pero que –y esto se dice menos a menudo- no se manipula a las masas así como así. Nadie está capacitado para decir lo que esas masas representan exactamente. Ciertas disciplinas de las ciencias sociales que se ocupan de definir las nos dicen que están construidas con opiniones diversas, múltiples y fragmentadas, y que no se las capta si no es a través de instrumentos de análisis (sondeos, encuestas, experimentos) que a su vez las construyen en tantas entidades como puntos de vista existan. En tercer lugar, se considerará que nosotros, telespectadores, formamos parte activa en el proceso de espectáculo del mundo que nos propone la televisión. Desde el momento en que encendemos la televisión, seamos quienes seamos (aunque seamos intelectuales), aceptamos ocupar nuestro lugar como espectador-voyeur de la desgracia del mundo. En cuarto lugar, se afirmará sin mucha dificultad que le tele juega un papel particular, aunque se sostenga que no hay significación sin lenguaje verbal. Nunca repetiremos lo bastante esa paradoja de la imagen audiovisual, la cual, pretendiendo siempre ser fiel a la realidad no hace sino construir un aspecto ilusorio de aquélla, y que cuando

produce la emoción impide que se ejerza el entendimiento, pero que, sin embargo, nos trae una parte del mundo que no podríamos ver sin ella. Es verdad que cuando nos la trae, nos la impone no presentándonos más que una parte visible del mundo. Sí, sin duda se trata de una imposición. No es, como se suele decir, que vuelva visible lo invisible; es que ella nos hace visible lo visible que ha decidido enseñarnos. Esto instaura un primer malentendido entre la instancia del telespectador y la instancia televisada: aquél espera que se le hable de los acontecimientos considerados como más importantes del mundo (¿pero cuál es el criterio que decide lo más importante?), y la televisión da a ver lo que, por sí misma, decide mostrar en función de los criterios suyos que no son necesariamente los de los ciudadanos. Tomemos los sucesos de política nacional (elecciones, delincuencia) o los sucesos de política internacional (Guerra del Golfo, Guerra en la ex-Yugoslavia, atentado del 11 de septiembre), y veremos que la agenda mediática no es igual que la agenda política, y no es la misma que la agenda del ciudadano.

Hay que hacerse a la idea de que la televisión informa deformando al mismo tiempo. Pero inmediatamente hay que precisar, para evitar volverse demasiado aprisa contra un periodista chivo expiatorio, que esa deformación no es necesariamente voluntaria. Aparte de ciertos “montajes” conscientes, (como la verdadera-falsa entrevista de Fidel CASTRO por PPDA, o una imagen de un cormorán proveniente de un reportaje sobre una marea negra bretona, que se coló en un reportaje sobre la Guerra del Golfo, entrevistas provocadas tras los sucesos o hechos reconstituidos expresamente), los periodistas y los realizadores de televisión no tienen intención manipuladora declarada. Lo que es necesario contemplar es la máquina televisiva en su conjunto. Y por máquina se entiende el conjunto de grabaciones y de actores que las hacen funcionar, cada uno en su sector, cada uno sometido a constricciones que hacen que el resultado del producto final, por ejemplo un telediario, supere la intención particular de cada uno. El periodista que está en la fuente de información se ve él mismo sobrepasado por todo el proceso que tiene lugar entre el instante en que comunica una noticia y el momento en que el telespectador la recibe, incluso en un directo. No es el periodista quien comunica tal información, tal explicación, y quien produce finalmente tal efecto emocional, sino el conjunto de la máquina con sus condiciones de realización y sus procedimientos de puesta en escena de la información.

¿Es esta deformación ineluctable? Lo es desde el momento en que la información no depende de la sola intención de quien la dispensa, sino que es el resultado del ensamblaje de las condiciones que presiden su producción y las que presiden su recepción. Además, si bien la máquina que informa es más o menos consciente de lo que son sus constricciones, e intenta dominarlas, en

tanto que se pueda, de las condiciones de recepción de sus telespectadores ella no sabe prácticamente nada. Se produce una catástrofe ferroviaria: de un lado, la máquina procede a su puesta en escena, de otro hay personas que reciben esa noticia mirando las imágenes. Algunas se verán directamente afectadas si tienen parientes cercanos en dicho tren; a otras aquello les traerá un doloroso recuerdo; otras aún pondrán ese suceso en relación con otras catástrofes ya vistas en televisión. Habrá quienes no podrán soportar las imágenes de los detalles de la catástrofe, mientras otros, por el contrario, obtendrán un placer más o menos mórbido viéndolas, y otros serán completamente insensibles. Es así a una confrontación de espejos a lo que asistimos: la televisión como espejo del mundo, el espectador como espejo de su historia individual y colectiva. De esta confrontación surge un juego complejo de reflexión, de refracción y de difracción del sentido que adquiere la información. Esa deformación de la información es pues inherente a ese proceso de comunicación social que es la información televisada. Decirlo es deshacerse de una ilusión, y razonar dentro de un marco que aborda esta cuestión sin cinismo ni angelismo.

Supongamos pues que la televisión, más o menos consciente de la dificultad de llegar a un público al que no conoce (los sondeos y otros audímetros no proporcionan evidentemente ninguna referencia seria sobre las características de ese público) elige instituirse en máquina de fabricación de impresiones antes que de conocimiento. Evidentemente en seguida hay que precisar que no hay conocimiento sin impresiones y que las impresiones pueden conducirnos al conocimiento. Se trata aquí de un presupuesto sobre el que las ciencias humanas y sociales en su mayoría están de acuerdo: no existe saber en estado puro, ni conocimiento en estado puro; todo saber resulta de un cóctel sutil entre los sistemas de valores racionales y los sistemas de valores emocionales. No hay por ejemplo un saber objetivo sobre la muerte, no hay conocimiento absoluto sobre ese fenómeno. Aunque tomemos el punto de vista de la biología o la medicina para decir que la muerte es la detención de la actividad del corazón, o del cerebro o de otros componentes del organismo humano, no se trata nunca más que de un saber relativo a un punto de vista que además no es el mismo que el punto de vista jurídico, y en todo caso nunca será igual que el punto de vista de tal persona, o tal otra. Para una de ellas, la muerte estará, en una circunstancia particular, ligada a un sufrimiento psíquico por la pérdida de un ser amado; para otra persona, militante de una causa, que acepta que se pueda sacrificar la propia vida en defensa de unas ideas, la muerte podrá ser gloriosa; y aún para otra, en guerra contra un enemigo, la muerte de un compañero se revolverá contra el culpable, ese enemigo que deberá ser castigado y sobre el que legítimamente podrá ejercer

una venganza. Así, cuando sea emitida por la televisión, será tratada y percibida de manera diferente según los discursos dominantes. No estaremos ante la misma muerte si somos víctimas civiles bosnias o bajas de los soldados serbios¹; no será la misma muerte si son víctimas del atentado del 11 de septiembre o de los Talibanes. Todo depende del modo como son mostradas esas muertes, de los “sistemas de creencia” sociales en los cuales cada uno de nosotros está preso, y las historias personales que nos traspasan. No es ocasión de desarrollar aquí esta cuestión, pero sí de usarla como hipótesis para comprender mejor cómo hace la televisión para contar los acontecimientos del mundo y explicarlos.

Para relatar los acontecimientos del mundo, la televisión, en primer lugar, *selecciona*. Lo hace en función de tres criterios: el tiempo, el espacio, y el accidente. *El tiempo*, primeramente, o más exactamente la manera de gestionar el tiempo, pues el tiempo no se impone al hombre sino a través del filtro del imaginario que éste se da a sí mismo, y para los media, ese tiempo es el de la urgencia: un suceso se produce en el mundo, y debe ser lo más rápidamente convertido en noticia. Por ello, la información que resulta no puede ser sino efímera y ahistórica. Después *el espacio*, preso en un antagonismo entre dos imaginarios: el del *terruño* y el del *planeta*. El *terruño*, símbolo del espíritu localista conservador que hunde las raíces de la identidad bien profundas en la tierra de los ancestros, de la familia, de los vecinos, de los amigos, de las relaciones íntimas; el *planeta*, símbolo del deseo de expansión hacia otros horizontes de vida, de otros campos de acción, de lo que es diferente, lejano y exótico. *El accidente*, finalmente, pero el accidente entendido como símbolo de los dramas humanos, y entre ellos, de los que se caracterizan por “lo insólito” que desafía las normas de la lógica, lo “enorme” que sobrepasa las de la cantidad, lo “repetitivo” que transforma lo aleatorio en fatalidad; el “azar” que hace coincidir dos lógicas extrañas la una a la otra, lo “trágico” que describe el conflicto entre pasión y razón, el “horror” en fin que conjuga exacerbación del espectáculo de la muerte y frialdad del proceso de exterminación. Así, la televisión selecciona lo que participa del “desorden del mundo”.

Una vez seleccionados esos acontecimientos, la televisión los narra de acuerdo con un *guión dramático* que consiste en (1) mostrar el desorden social con sus víctimas y sus perseguidores; (2) apelar a la reparación del mal interpelando a los responsables de ese mundo; (3) anunciar la intervención de

¹ Vid. nuestro estudio sobre el conflicto en la exYugoslavia *Guerra en la televisión: ¿Deformación o construcción de la realidad? El conflicto en Bosnia (1990-1994)* De Boeck Université—Ina.

un salvador, héroe o colectivo con el que todo el mundo pueda identificarse. Evidentemente, según el momento en el que se capte el acontecimiento, se insistirá más sobre las víctimas, sobre el perseguidor o sobre el salvador. Hemos visto esto en la Guerra del Golfo, en la que la televisión contribuyó a fabricar la figura satánica del agresor en la persona de Saddam HUSSEIN y en frente, la figura limpia y eficaz del salvador (“guerra quirúrgica”) representada por el ejército euro-americano². Lo hemos visto igualmente en la Guerra de la exYugoslavia en la que la televisión contribuyó a construir progresivamente la figura del perseguidor en la persona de MILOSEVIC y justificando por ello mismo la intervención salvadora de la potencia norteamericana³. Al revés, los conflictos de Chechenia y en Ruanda no permitían apenas hablar del perseguidor (un poco Rusia para Chechenia, pero era una figura demasiado borrosa), y la televisión se concentró en las víctimas describiendo la miseria de la población habitante de aquellos países. Y en cuanto al conflicto palestino-israelí, el proyector de la televisión se orienta por turnos hacia los perseguidores o las víctimas de ambos bandos. En todo los casos se trata de un guión dramatizado que la televisión no puede eludir y que encontramos en el tratamiento de diferentes tipos de acontecimientos: *deportivos*, tratados como juegos de circo con superhombres, con sus seguidores violentos, sus asuntos de dopaje, las ruidosas declaraciones de unos y otros que provocan rivalidades y odios; *políticos*, tratados a veces como campeonatos de boxeo entre los representantes de partidos opuestos⁴, a veces como una escena en la que los actores se insultan, a veces como una investigación policial sobre asuntos de corrupción que implican a los políticos; *sociales*, tratados tanto en su aspecto de combate jurídico (“el asunto de la sangre contaminada”), tanto poniendo en evidencia el sufrimiento de los individuos (“el Sida”). Es verdad que este guión corresponde a un muy antiguo esquema crístico de la Redención que echa sus raíces en todavía más antiguos mitos sacrificiales, y que reaparecen bajo diversas figuras de imaginarios sociales propios de cada cultura; eso es lo que sin duda garantiza el éxito de un tratamiento tal de la información.

Y después, está *la imagen*. La imagen televisiva de la que estamos lejos de dominar todos sus efectos, pero de la que podemos analizar dos: de “transparencia” y de “evocación”. Lo creamos o no, no podemos escapar a esta impresión de transparencia de la imagen, sobre todo cuando se trata de

² FLÉURY-VILLATE B. (ed) *Les médias et la guerre du Golfe*. Nancy, Presses Universitaires de Nancy, 1992.

³ Vid. *La guerra y la televisión*, op. cit.

⁴ Recordemos que el periodista Paul AMAR fue agradecido por France 2 por haber sacado los guantes de boxeo en el enfrentamiento TAPIE-LE PEN.

CIC (Cuadernos de Información y Comunicación)

directo. La imagen televisiva nos trae la realidad tal cual existe, en su autenticidad: esta mujer que veo en la pantalla y que llora la muerte de su hijo, es real; los cadáveres que me muestran hacinados, son reales (Timisoara); ese niño palestino que muere ante mis ojos, es real; esos soldados israelíes que son defenestrados, son reales. Podemos poner en cuestión esa transparencia, pero es difícil ir contra esta creencia popular en la que todos participamos: la imagen reproduce fielmente la realidad. Pero la imagen produce igualmente un efecto de *evocación*. desencadena en nuestra memoria personal y colectiva recuerdos de experiencias pasadas en forma de otras imágenes: una imagen de rehenes de una guerrilla en lo profundo de un bosque tropical despertará en mí otras imágenes de secuestros de las que yo he sido testigo directo o no; una imagen de personas de rostro famélico tras los alambres de espino despertará en mí el recuerdo de los campos de concentración nazis, aunque yo no los haya conocido; tal otra imagen de poblaciones en marcha por la carretera me remitirá a otras de éxodo y de exilio. Este poder de evocación de la imagen viene a perturbar su efecto de transparencia, pues vemos que interpretamos y sentimos ésta, a la vez, según el modo en que nos es mostrada y según es nuestra propia historia personal o colectiva. Es por ello que, desde un punto de vista de la puesta en imagen, y salvo que juzguemos desde un punto de vista moral, no podemos decir “una muerte vale una muerte”. Según que yo la contemple como telespectador preocupado por el suceso o no, como partidario de un bando o del otro, cercano o no a la víctima, según que yo vea esa muerte como un resultado o en su proceso, a través de un plano general de un conjunto de cadáveres, o en un plano más cercano o en primer plano, con un rostro atormentado, la muerte no producirá el mismo efecto y no tiene el mismo sentido. Éste, en la televisión, depende, a la vez, de la puesta en escena visual, y de lo que yo soy, como telespectador. Es así como la muerte del niño palestino no puede valer la de los dos soldados israelíes linchados y defenestrados. El niño participa en un imaginario social más o menos universal, de pureza y de inocencia, del que el adulto no participa. Además, hemos visto a ese niño, asustado, apaltonado junto con su padre, todavía con vida y después súbitamente sin ella; mientras que los soldados israelíes sólo los hemos visto caer de lejos, y a sus verdugos en la apariencia de un hombre exhibiendo las manos manchadas de sangre, de una sangre sacrificial. La imagen es a la vez un testimonio difractado de la realidad y un espejo de nosotros mismos. Quizás deberíamos decir: un testimonio difractado por ser un espejo de nosotros mismos. Aquí de nuevo se instala el malentendido entre instancia televisiva e instancia ciudadana: ésta última toma por reflejo de la realidad lo que no es sino un efecto construido por aquella otra.

En estas condiciones, queda preguntarse si la televisión es, como se dice a veces, un instrumento de dominación de la opinión pública. Afirmar esto

supone dos cosas. La primera, que la televisión entera esté en las manos de una entidad única que tenga todo poder para someter a su voluntad a todas las televisiones, sean públicas o privadas, para inculcar al mundo una única visión del mismo, un pensamiento único. Es verdad que algunos argumentan en este sentido señalando a los Estados Unidos de América como únicos responsables de una empresa tal⁵. Por otra parte, ello supone que toda información que sale de la televisión tiene un impacto inmediato y real sobre la opinión pública, arrastrándola en una dirección determinada. ¿Qué pruebas tenemos de esto, y qué sabemos de la opinión pública?. La opinión pública, lo hemos dicho, es una construcción artificial obtenida con la ayuda de instrumentos de medición necesariamente burdos, aplicados a muestras de población, para medir opiniones simples en forma de un sí o un no, de apreciaciones favorables o desfavorables, a favor o en contra de tal cosa o tal persona, con el fin de sacar porcentajes y conclusiones sobre el estado de las apreciaciones o sobre su evolución. Es decir, resultados que tienen un papel indicativo de alguna cosa, sin que sepamos exactamente lo que es dicha cosa. Pero lo que importa para los medios es interpretar esos resultados de manera “esencialista”. Al menos, se da la idea de que cada categoría de apreciación o de opinión corresponde a una parte de la población: el 48% de los franceses que han respondido a una encuesta afirman ser partidarios de una intervención militar en tal país, y esto se presenta como si un grupo homogéneo de franceses, que representaría casi la mitad de la población, se amalgamara con esta opinión, convirtiéndose en esta opinión misma, convirtiéndose en esta “esencia opinante”.

A esta concepción de marketing de la opinión podemos oponer otra. La opinión pública es una concepción que representa a una realidad plural. Por una parte, está fragmentada en comunidades de tamaño y consistencia variables: comunidades étnicas, religiosas, lingüísticas, regionales, nacionales, supranacionales; grupos sociales de edad, de sexo, de clase social y de medio profesional diferentes; de variable grado de compromiso con la vida comunitaria, de distinta toma de partido. Cada una de esas comunidades constituye pues una identidad y ve el mundo según su propio sistema de creencias. Y, lo que no simplifica precisamente las cosas, algunas de esas comunidades entran en contacto entre sí, modificando a largo plazo los valores que defienden⁶. Por otra parte, se valora la opinión por representar a una cierta masa. Pues bien, más esta masa es importante, menos razonan sus opiniones y más se deja llevar por lo que la impresiona. Al final la opinión se

⁵ Lo que les habría permitido, a la vez, decidir la intervención armada en Kosovo.

⁶ Recuérdese diferentes artículos en el diario *Le Monde* sobre judíos y palestinos que rechazan reconocerse en las descripciones y las intenciones provenientes de ambas comunidades.

construye siempre como situación. La televisión es una de esas situaciones que coloca al telespectador, caleidoscopio de opiniones, en una doble posición de “espectador del mundo” y “espectador de la televisión”. En el primer caso está ante un mundo que se le muestra y que no puede tocar, pero en el que puede proyectarse y vivir a su manera los dramas que tienen lugar, en empatía o rebeldía, sin que sepamos qué relación de fascinación o de indiferencia se establece entre ellos. En esta posición, el telespectador tiene la impresión de apropiarse del mundo a partir de su “propia casa”, de participar en él por mediación de la emoción, y al mismo tiempo de compartirlo con los otros. En segundo caso, como espectador de la televisión, está ante su pantalla, confortablemente sentado, fuera de los dramas del mundo. Se halla “a distancia” de ese espectáculo, puede hallar placer (a menudo inconsciente) como “voyeur”, o bien apelar a sus facultades de evaluación para juzgar los hechos del mundo y su puesta en escena. En esta posición, él puede jugar su papel de ciudadano, interrogarse como un “moralista”⁷ y forjarse una opinión. En ese caso el telespectador mantiene el mundo a distancia y lo juzga desde “su casa”. Vemos la situación contradictoria en la que se halla: se proyecta en los dramas del mundo y, al mismo tiempo, permanece a distancia de su espectáculo; puede sentir las alegrías y los sufrimientos del mundo y al mismo tiempo, juzgarlos. ¿Cómo, entonces, hablar de manipulación de la opinión con un telespectador que es presa y sufre los tirones por turnos de sus pulsiones y su racionalidad?

Entonces, ¿qué hacer y sobre todo qué pensar de esta máquina que tenía la intención de informar pero que no puede hacerlo sino a través de un juego de espejos deformantes? No gran cosa dirán algunos, por cuanto los aspectos financieros son dominantes. Puede ser. Pero quizás pudiéramos tener también un *derecho de mirada ciudadano*. Exigir a los actores de dicha máquina que tengan consciencia de lo que hacen, de modo que las elecciones que hagan los comprometan como responsables de ellas.

Tener un derecho de mirada es en primer lugar no aceptar la trampa, y sobre todo no aceptarla en nombre del audímetro, cuando se presente en el telediario o en las tertulias televisivas, o en ciertos reportajes, algo que pase por realidad o autenticidad cuando en realidad esté artificialmente provocado o montado. Pero tener un derecho de mirada es también rehusar sucumbir a los efectos que produce la máquina de informar: efectos de “engorde” que alimentan los rumores (como en el caso de la bahía de Somme); efectos de “amalgama” que globalizan los asuntos (particularmente en violencia y

⁷ Vid “La pathémisation à la télévision comme stratégie de l’authenticité en *Les émotions dans les interactions*, PLANTIN C. et al., (ed) Lyon, Presses Univ. de Lyon, 2000.

seguridad); efectos de dramatización que se centran en los perseguidores y los héroes e impiden analizar la realidad sociológica de los sucesos; efectos de “descontextualización” que deforman la percepción de los acontecimientos (como en el caso de asunto COHN-BENDIT, que casi fue acusado de pedofilia, 34 años más tarde, por una declaración hecha en el contexto del 68); efecto de “esencialización” que exagera la oposición de los actores del espacio público, como si el mundo no estuviera formado más que por entidades humanas antagonistas fuera de las cuales no habría otro pensamiento ni juicio que el de *contra el otro*.

Finalmente, tener un derecho de mirada es no aceptar los argumentos aducidos por las instancias de información para justificar su trabajo: el argumento, muchas veces oído, de que “la información se fabrica de prisa, muy de prisa”, cuando por muy de prisa que tengamos que trabajar, realizamos siempre elecciones y dichas elecciones significan; el argumento que dice “mostramos la realidad tal y como se produce (...) no es la televisión la que es violenta, es la realidad la que lo es”⁸, pues en materia de la televisión, sólo existe la violencia mostrada y que por tanto ésta depende de lo que escojamos mostrar y de la puesta en escena con la que lo hagamos. Y después, quizás debiéramos recordar a los actores de la máquina de informar que si su papel, por útil que sea, de contribuir a la discusión democrática es importante, no pueden tomarse a sí mismos por la consciencia moral ciudadana, pues ésta se fabrica en la mixtura misteriosa de pequeñas y grandes cosas de la vida en sociedad. Aunque no guste a algunos, ni la televisión en particular ni los medios en general son un poder. Participan en el juego complejo del poder, pero no son más que un lugar de saber y de mediación social indispensable para la constitución de una conciencia ciudadana, lo que de ya por sí no está tan mal.

RESUMEN:

Revisa el autor la idea clásica de la obvia manipulación del público por los medios, y especialmente la televisión. Cuestiona esta idea a partir de varios elementos de juicio relacionados con la situación comunicativa creada por la televisión, y con la posición del telespectador.

Palabras clave: televisión y manipulación, opinión pública, instancia televisiva, instancia del telespectador.

⁸ Un periodista a propósito de las imágenes del pequeño palestino muerto ante las cámaras.
CIC (Cuadernos de Información y Comunicación)
2005, 10

ABSTRACT:

The author reviews the classical idea of manipulating power of media, particularly of TV. He challenges this idea from the different conclusions today related with the communicative situation constructed by TV, and from the audience instance.

Key words: TV and manipulation, public opinion, television instance, audience instance.

RÉSUMÉ:

Révision de la théorie du pouvoir de manipulation des medias, particulièrement de la télévision. L'auteur met en question l' idée à partir des diverses conclusions que au jour d' hui on connaisse sur la situation communicative crée par la télévision et par l' instance du téléspectateur.

Mots clé: Télévision et manipulation, opinion publique, instance télévisuelle, instance du téléspectateur.