

Medio	El Mostrador
Fecha	18-01-2011
Mención	Habla Luis Breull, periodista, investigador de medios y profesor de la UAH. Se refiere a la selección noticiosa que realizan los medios televisivos y la sensación que generan en las audiencias.

18 DE ENERO DE 2011

Reporteros y expertos analizan la industria de las noticias en la pantalla chica

Por qué los noticieros de TV parecen pura basura

¿Tiene la sensación de que cuando prende la tele a las 21 horas alguien pensó que usted es un imbécil? No se preocupe. Algunos noteros de TV se cuestionan a diario el haber estudiado periodismo y aquí nos cuentan cómo se construyen las pautas de sangre, fútbol y banalidades que consumen a diario la mayoría de los hogares chilenos.

por SOL ITURRIAGA

COMENTAR ENVIAR RECTIFICAR IMPRIMIR



¿El aumento de la venta de hielo en el verano puede ser un tema digno de un noticiario? El editor de Chilevisión así lo consideró, al destacar el aumento de dicho producto en 400% en el período estival.

Mega estimó relevante para su noticiario mostrar a un hombre armado que se atrincheró en su casa, porque no quería que su hermano le quitara la parte que le corresponde de la propiedad.

¿Informan estas dos noticias a la opinión pública? ¿Responden a las preguntas básicas del periodismo?

f Compartir 93

Twitter

Los noticieros de televisión abierta actualmente se reducen a tres temáticas: deporte (particularmente fútbol), social (que incluye denuncias, demandas, abusos y conflictos) y policial/

judicial. Estos temas abarcan gran parte del total del noticiario, dejando en segundo plano a las noticias internacionales, económicas, políticas, culturales, científicas y de derechos humanos, entre otras. Lo que percibe el telespectador que sólo se informa a través de los noticieros, es un mundo donde hay criminalidad, abusos, y donde el fútbol ocupa un lugar central.

La Facultad de Comunicaciones de la UC publicó en 2010 un análisis sobre la pauta de los noticieros. El documento tomó 14 emisiones del noticiario central de TVN, Canal 13, Mega y Chilevisión e hizo un estudio sobre dos “semanas construidas”. La muestra tiene 56 emisiones, las que corresponden a un día diferente de la semana de 14 semanas sucesivas entre el 18 de marzo y el 14 de junio del 2009.

Según el estudio, la mayor cantidad de fuentes de las notas de los noticieros son testimoniales. Chilevisión es el canal que utilizó más este tipo de informantes alcanzando el 61%, pero según la publicación estos tienen escaso valor informativo. Por ejemplo en una nota sobre los niños en la playa de Pucón realizada este mes por TVN, ejemplos de fuentes son menores que declaran “me gusta la arena”, “me gusta cuando me baño en el agua” o “vengan, porque acá es bakán y lo van a pasar bien”.

Respecto a los temas más tratados, lidera deportes, con un 25% aproximadamente del total de la cobertura de los cuatro principales canales. Luego viene social, tribunales y policía, y luego Estado y política.

En términos de rating, TVN lideró a excepción de los fines de semana, en que ganó Chilevisión. Sin embargo, ambos finalizaron el año disputando la sintonía.

EL TRABAJO AL INTERIOR DE LOS NOTICARIOS

Un reportero de TVN asegura que “la gente no entiende que esto es un negocio como cualquier otro. Si hago una autoevaluación, de 30 notas que damos, 5 son noticia. Si tienes una buena imagen de un hombre agarrando a combos a un micrero, tú puedes convertir eso en una historia. Rellenar, un buen clip con música y armas una cosa. Pero información, cero. Es algo que todos lo saben, pero que nadie lo va a reconocer públicamente”.

“Un reportero de TVN asegura que “la gente no entiende que esto es un negocio como cualquier otro. Si hago una autoevaluación, de 30 notas que damos, 5 son noticia. Si tienes una buena imagen de un hombre agarrando a combos a un micrero, tú puedes convertir eso en una historia. Rellenar, un buen clip con música y armas una cosa. Pero información, cero”, dice un reportero.

Un periodista de Meganoticias señala que “si la gente se quiere informar más a fondo, lee el diario. Pero para ver el noticiero central, la gente quiere un resumen rápido y si se puede algo para entretenerse, mejor”. Afirma que los noticieros hacen subir la percepción de la delincuencia y Chilevisión parte su noticiero para captar el morbo. “La gente no ve los temas que dice querer ver, como temas culturales o científicos”.

Un conductor explica que “en la televisión se hace un producto gentil para todos, pero al final no hay nada. Y el verano es guateado, porque la agenda baja bastante. La gente quiere llegar a su casa y ver algo que los distraiga”.

El reportero de TVN asegura que “el día a día de las noticias a nadie le encanta. Yo he hecho quinientas mil veces la misma nota. La nota del calor, la del frío, el fenómeno del polar... tendencias. El 13 lo empezó muy fuerte como el 2003. Al principio les fue muy bien, pero después empezaron a hacer notas de ventiladores, de que la gente consume más agua, etc. De cada cinco días que sales a reportear, dos tú dices ‘puta, para qué chucha estudié está huevada”.

Un reportero de Chilevisión comenta que la pauta tiene uno o dos temas políticos, y la mayoría es policial. “Yo encuentro que hago periodismo porque es lo que a la gente le gusta. Le gusta la acción. A CHV le está yendo súper bien”.

Otro reportero de TVN confiesa que “hay noticias que están ahí por rating. Desde el punto de vista periodístico, a nosotros nos conviene pelear el primer lugar con Canal 13 y no con CHV. Chilevisión métale you tube y las notas medias freak. A veces tenemos que hacer noticias donde decimos ¿qué es esto? Porque te arrastra CHV, entonces ése es el problema”. El profesional agrega que “cuando la guerra está muy descarnada entre los canales, se tiende a la pauta policial. Y eso puede ser peligroso porque genera una sensación de que vivimos en Colombia o en México”.

LA AGENDA POLICIAL

El profesor e investigador en audiovisual de la UC, Valerio Fuenzalida, opina que hay agendas informativas distintas. “Según los dirigentes sociales, la cobertura de los noticiarios es de mala calidad. Pero si miramos la audiencia, las preocupaciones son la delincuencia, la inseguridad, la pobreza, el desempleo, los malos servicios públicos o la mala calidad de la educación.”

Carlos Catalán, sociólogo y director académico del magíster sobre comportamiento del consumidor de la Universidad Adolfo Ibáñez, agrega que “la pauta de los noticiarios se puede estar orientando hacia los sectores de más bajos ingresos, porque son los que tienen menos posibilidades de tener acceso a otros medios”. En su opinión, la elite necesita menos la televisión.

“Hay ciertas temáticas que prácticamente son invisibilizadas por los noticiarios. El tema de la pobreza, el medioambiental, el de las minorías sexuales y temas urbanos. Entonces me parece que la oferta de contenido en ese sentido es pobre y uniforme”, asegura Diego Moulián, periodista y ex director de Munizaga Consultores.

El periodista Fernando Paulsen cuenta que “en CHV decidieron tirar situaciones de drama humano al principio, pero si tú pudieras levantar rating cantando arias de ópera, créeme que todos abrirían su noticiario con gordos cantando ópera”.

Luis Breull, comentarista en temas de industria de medios (TV) en la radio Duna y profesor de la UC y de la Universidad Alberto Hurtado, afirma que “el ejercicio de CHV de abrir con el eje judicial/policial es una táctica válida y eficaz de construcción de audiencia, que terminó por plasmar un viraje de la industria siguiendo esa ruta”. Pero insiste en que el primer bloque de los noticieros es finalmente lo que la gente cree que es lo más importante, la jerarquía. “Y si recogen la criminalidad, se impone un sentido de realidad distinto del que se forman quienes consumen noticias por otras vías. Esto reproduce un clasismo y una segmentación excluyente”.

Las posibilidades de la televisión para informar son limitadas, debido al escaso espacio del tiempo. Valerio Fuenzalida cuenta que una hora de televisión ocupa el equivalente de $\frac{3}{4}$ de una página de El Mercurio reducido a texto escrito. “La capacidad de la palabra-código verbal escrito, es impactante”, concluye.

SENSACIONALISMO Y REALIDAD

Distintos estudios revelan que la televisión es el medio más masivo y con mayor credibilidad y penetración en los hogares. “Se fortalece la imagen que tiene un componente emocional. El 2010 fue un año anómalo: el terremoto, los mineros, accidentes en la carretera, el incendio en la cárcel... en todos los estudios que he visto, ese sensacionalismo fue valorado por la gente en su dimensión informativa”, afirma Carlos Catalán, y ejemplifica: “Todo este concepto de lo sensacionalista es discutible. Para la persona que vive en un campamento, donde viven ocho personas en unos 40 metros. ¡Qué sensacionalismo! ¡Es la realidad!”.

Luis Breull explica que “si una persona mayor sólo se queda con la pauta de los noticieros, no le estás ayudando a entender cómo se toman decisiones, por qué suben o bajan sus pensiones, por qué si tú jubilas en un determinado momento, tu jubilación puede ser mucho más baja que si jubilaras en otro... una pauta que sea relevante para la tercera edad, pero no se da”.

Diego Moulián comenta que hay hitos relevantes que casi no se trataron en los noticieros de televisión abierta durante el año pasado, como la huelga mapuche. “Las primeras semanas no aparecía en los noticieros de televisión... en el principal medio donde se informan las grandes mayorías del país era soslayado”. Y agrega que “tampoco se entregaron, o muy pobremente, antecedentes para explicar las razones profundas de la huelga, como cuál ha sido la política de la relación histórica del Estado de Chile con las minorías étnicas y cuál fue la política de la Concertación o del Gobierno Militar”.

En la publicación de la UC se recoge la tesis de García Avilés, quien plantea que cuando se dejan de lado temáticas relevantes, los medios no generan debate sobre los temas que afectan a la ciudadanía, y no se construye un espacio público que acoja a los sectores sociales. Por lo tanto, se afecta a la agenda pública y a la salud del sistema democrático.

EL ROL DE LA TELEVISIÓN

“La vendedora que vive en Pudahuel y que tiene que trabajar en un retail del Alto Las Condes, ¿de qué conversa con una clienta que vive en Las Condes o con una supervisora que vive en La Reina? De la conversación que le puede dar la tele. Entonces esos programas masivos te integran. De Bielsa hablamos todos”, dice Catalán.

A nivel estatal, el CNTV realizó un informe sobre la cobertura del terremoto, y llegó a la conclusión de que “los datos indican que los televidentes se vieron impactados emocionalmente, producto de la reiteración de temas e imágenes y por algunos estilos de tratamiento de los hechos, principalmente testimonios de las víctimas”.

El estudio asegura que el tratamiento se percibió como sensacionalista y que “según los hallazgos del estudio de pantalla van desde pequeñas transgresiones hasta el abuso del recurso dramático en la construcción de noticias. No sólo se afectaron los televidentes adultos sino también los niños, razón relevante a considerar, especialmente cuando quienes entregan información no son periodistas sino presentadores de televisión con escasa formación para enfrentar los efectos psico- sociales de una tragedia de tal magnitud”.