

# TELEVISIÓN AL RESCATE DE QUIEN ENCABEZA LAS ACCIONES

*Since television is a mass medium and sometimes not a clear one when registering reality, it is important to get closer to a narrating method which corresponds to its nature to carry out, at least, four informative objectives: to come to details when developing general topics; to underline specific aspects; to look for identity and empathy with the spectator, and to report decisions being made by those who represent the majorities. The answer to these inquiries can be given approaching an action theory that possesses a dramatic structure going around the human being within time and has a beginning, a means and an end, The author uses Aristotelian and Hegelian principles to support the proposal of this theory demanded by the television nature.*

## Soledad Puente

Es periodista titulada en la Pontificia Universidad Católica de Chile. Doctorada en Comunicación Pública en Navarra (España). Directora de la Escuela de Periodismo de la Universidad Católica de Chile. Realiza su trabajo académico en el campo de la televisión. Con su tesis doctoral, publicada con el título de Televisión: el drama hecho noticia, aportó el periodismo televisivo una teoría y un método para contar historias a través del medio.

**E**l Papa mueve a la juventud en Francia; la muerte de la madre Teresa de Calcuta hace llorar a millones; el presidente Alberto Fujimori sale triunfante de la Embajada del Japón en el Perú; Stephen Hawking, el científico inglés, a pesar de su condición física, conmueve a cuatro mil jóvenes chilenos. Informaciones como éstas, de gran importancia para las distintas naciones del mundo, aparecen a diario en los medios de comunicación.

Ocurren porque cada uno de los protagonistas citados, en su interior, tiene metas específicas, que se relacionan con su propia toma de decisiones y con el efecto que éstas producen en parte importante del prójimo. El Papa quiere acercar a los jóvenes a Dios; la madre Teresa, aliviar el sufrimiento humano; el presidente peruano, acabar con el terrorismo, sin importar sus consecuencias; Stephen Hawking, acercar la física a las nuevas generaciones y persuadir acerca de su teoría sobre los hoyos negros.

Para el cumplimiento de tales objetivos, la televisión, en cada uno de los casos, ha jugado un papel fundamental. Ha sido capaz de seguir las acciones humanas y darlas a conocer con imágenes y sonidos. Hemos visto qué hacían y cómo lo hacían. Ambas cosas las puede hacer maravillosamente la televisión, si sabemos cómo se narra una historia en términos audiovisuales y no nos dejamos llevar por el hecho, aparentemente superficial, de sólo mostrar, sin contextualizar.

## NECESIDAD DE UN MÉTODO DE NARRACIÓN ACORDE CON LA TELEVISIÓN

La televisión es un medio que, por el hecho de ser masivo, pasajero y simple en su estructura de registro de la realidad, puede llevar a la falta de rigor y a una recopilación de información peligrosa en el momento de enfrentar los hechos informativos. El escaso tiempo con que se cuenta para expresar ideas, las dificultades que presenta el medio en cuanto a retención y a su estructura temporal, son características que los especialistas

consideran peligrosas y hacen que la televisión esté en constante cuestionamiento.

De allí que el acercamiento a un método de narración más acorde con el medio es útil para cumplir al menos con cuatro objetivos informativos: acercar un problema general a lo particular, pues así algunas situaciones informativas pueden expresarse con mayor propiedad; entender que lo concreto es mejor que lo abstracto; que la identificación y la empatía son formas que ayudan a crear conciencia y a generar participación en realidades que a todos nos afectan; y, por último, dar cuenta de las decisiones de quienes son los encargados de tomarlas por nosotros.

La propuesta es acercarse a la estructura dramática, un método creado para dar respuesta a la problemática relacionada con las narraciones que tienen que ver con los seres humanos y que buscan un modo de ser contadas en el tiempo. Estamos hablando de historias con principio, medio y final.

El principio básico es el de acción, pues la teoría dramática es una teoría de la acción y la acción es, en este contexto, la lucha por superar un dolor, entendido como un problema. Así, estamos en presencia de una teoría de la acción, más que de una visión del drama como lo espectacular o lo exagerado.

### ¿QUÉ ES MÁS IMPORTANTE: LA ACCIÓN O LOS PERSONAJES?

Al analizar la teoría dramática en el sentido expuesto, se descubre que desde sus inicios, en el teatro griego, ha existido una discusión sin fin en torno a qué es más importante, si la acción o los personajes. No existe una sola respuesta, pues, en ambos casos, la teoría y la práctica indican que el drama tiene que ver con las acciones de los hombres. Alguien debe sentir una carencia o tener una necesidad y debe luchar por superarla. Si se cumplen estos requisitos, tenemos acción y personaje. Para analizar el tema, según la propuesta de este artículo, dos autores son fundamentales:

Federico Hegel y Aristóteles. El primero, para comprender la acción desde el punto de vista del protagonista y el segundo, para reconocer el carácter. El protagonista o el carácter: quien encabeza la acción tiene un dolor, un problema o se le presenta un desafío que debe superar.

Federico Hegel, en su *Estética*, señala que acción es una «voluntad persiguiendo su fin, teniendo conciencia de él, así como del resultado final»<sup>1</sup>. Será la fuerza de alguien en pos de una meta muy clara lo que resumirá la noción de acción. El protagonista es quien, a pesar de las dificultades, obstáculos y contraintenciones, lucha por cumplir con un objetivo, «porque la grandeza y la fuerza no se miden sino por la fuerza de la oposición»<sup>2</sup>. Según estas características y la determinación de la voluntad, tendremos a un personaje más o menos dramático en el sentido presentado, lo que se traduce en una persona dispuesta a concretar la meta anhelada. Así, tenemos la figura del Papa Juan Pablo II, quien, a pesar de sus años, su precario estado de salud y las críticas que recibe, sigue recorriendo el mundo con la intención de llevar almas a Dios; o Stephen Hawking quien logra, sin detenerse ante sus innumerables deficiencias, ser reconocido como científico. Lo mismo podemos decir de la madre Teresa y, en menor escala, del presidente peruano.

Son personajes que deciden y hacen, que tienen cierto carácter, como dice Aristóteles «por elegir lo bueno o malo, pero no por opinar»<sup>3</sup>. Antes de una elección, tenemos un candidato que opina; luego, un presidente que toma decisiones. La opinión en un carácter no sirve al narrar acciones. Se necesitan sus decisiones. En el caso de un registro periodístico, debemos saber reconocer que aquello es insuficiente. Los buenos deseos no ayudan ni en drama ni en el caso de la toma de decisiones personales, que se ven influidas por

---

1 Hegel, Federico. *Estética*. 1954. Buenos Aires: El Ateneo, p. 548.

2 *Op. Cit.* p. 176.

3 Aristóteles. *Ética Nicomaquea*, traducción y notas de Julio Pallí Bonet. Madrid: Gredos, 1112a,2-3.

las narraciones informativas. Hegel señala al respecto: «Si las ideas y los intereses de la vida humana constituyen el fondo de la acción, ésta se realiza por personajes, en los que se concentra el interés. (...) en el hombre recae la acción propiamente dicha; el ocupa la escena»<sup>4</sup>. La mayoría de las grandes noticias se refieren a voluntades muy fuertes -positivas o negativas para la humanidad- decididas a cumplir una meta. Sus opiniones son importantes, pero sus acciones y decisiones lo son mucho más. Al decir de Aristóteles, «carácter es aquello que manifiesta la decisión, es decir qué cosas, en las situaciones en que no está claro, uno prefiere o evita»<sup>5</sup>.

## EL VALOR DE LAS DECISIONES Y SUS EFECTOS

A la vez, el valor de las decisiones y de quien las toma producirá efectos en el prójimo. Son distintas las acciones de una voluntad llamada presidente que las de una llamado empleado. El trabajo de un periodista es reconocerlas -cada una y por separado- y narrarlas, según el principio, medio y final de las pequeñas luchas que se dan en pos de metas más grandes y de acuerdo con la importancia de quien las toma.

A la manera de Hegel y de Aristóteles, una noticia sería el registro de la lucha por cumplir con las decisiones de una voluntad: un médico, de sanar un enfermo; un corredor, de batir su marca; un andinista, de hacer cima en el Everest; un ministro, de bajar los aranceles aduaneros. De allí que la tendencia periodística de ver sólo hechos y datos, sin percibir que detrás de cada uno hay una voluntad que percibe un problema e intenta darle una solución, es una visión parcial e incompleta de la realidad informativa.

Analizado desde el punto de vista de las categorías de Carl

---

<sup>4</sup> Cfr. Hegel, Federico. *Estética*. Buenos Aires: El Ateneo. pp. 180-183.

<sup>5</sup> *Poética*. 1450b 9-11.

Warren, basarse sólo en la prominencia <sup>6</sup> como forma de expresar el valor de la voluntad y en el interés humano <sup>7</sup> como una manera de narrar lo que le acontece a los hombres, puede tener sus peligros. Quienes adquieren valor no son los seres humanos sólo por el hecho de ser destacados, sino los problemas que tienen y las decisiones que toman para superarlos (lo que en drama se conoce como dolor). He aquí las categorías de Eugene Vale, un clásico en el tema: «Decíamos que el hombre explora la realidad para ver qué le ofrece ésta como posibilidad para eliminar el sufrimiento. Si puede satisfacer su necesidad, y por lo tanto eliminar el dolor, el hombre entrará en acción y si es necesario, luchará para satisfacer esa necesidad. De la fuerza que emplee dependerá cuan poderosa sea la historia.» <sup>8</sup> Así, tenemos que un periodista debe detectar los problemas por medio de la reportería teniendo especial preocupación acerca de los responsables de encontrar soluciones.

## IDENTIFICACION Y EMPATIA

Al tener presentes las luchas de una voluntad particular que se presenta al público en una pantalla, surgen otros dos conceptos importantes: identificación y empatía. Una buena historia, bien contada, deberá producir en quien la ve identificación y también empatía. Ambas características se conocen como efectos sobre el público. El público -que, en televisión corresponde a muchos, pero de a uno- ve y escucha lo que se le presenta y participa con sus propias emociones y sentimientos, parecidos o iguales a los de la voluntad en pantalla, en las historias que se le narran: llora, ríe, se enoja con el protagonista. Incluso, el profesor Hugo Miller llega a decir que «de este factor y de ningún otro depende el interés de una historia periodística» <sup>9</sup>. Son sentimientos que se producen en el

6 "Las personas, lugares, cosas y situaciones ampliamente anunciadas, conocidas por el público, por sus logros, posesión, riqueza o publicidad, poseen un fuerte y recurrente interés informativo, suficiente para guiar a una audiencia ansiosa cuando aparece en imprenta». Warren, Carl. 1959. *Modern News Reporting*, (3rd. ed.). Nueva York: Harper & Brothers, p. 20.

7 "Es axiomático que lo más fascinante para el promedio de los seres humanos sean los otros seres humanos y su comportamiento». *op. cit.* p.241.

8 Vale, Eugene. 1991. *Técnicas del guión para cine y televisión*. Barcelona: Editorial Gedisa, p.96.

9 Miller, Hugo y Soledad Puente. 1989. *Periodismo audiovisual*. Santiago de Chile: Pontificia Universidad Católica de Chile, p. 182.

público, cuando logra comprender y participar de las realidades que se le presentan en pantalla. «La imitación o 'mímesis' tiene directa relación con nuestra vida. A través de esta capacidad, aprendemos a vivir. (...) Aquí está la esencia del fenómeno de identificación: el querer ser como otro; el querer ser el otro, aunque sea en forma vicaria y por un plazo»<sup>10</sup>.

## EL PERIODISTA ES VOLUNTAD EN ACCIÓN, ARTISTA

El periodista es una voluntad en acción y la calidad de su trabajo se medirá en su capacidad para detectar los problemas y en su lucha por descubrir a los encargados de dar las soluciones.

El periodista también es un artista. Día a día, en cada uno de sus trabajos, toma decisiones editoriales que, organizadas en una estructura, se pueden convertir en piezas de arte si ésta, en su producción, adquiere un valor más allá del registro de la verdad por medio de hechos y datos. En este caso, es importante señalar, y siguiendo la misma filosofía utilizada aquí, que al hablar de televisión y por ser ésta un medio entre cuyas características tiene el hecho de transmitir imágenes, se corre el riesgo de confundir al periodista en pantalla con la voluntad, sin comprender que su valor no está en su buena o mala imagen (a pesar de que la jerga profesional designa como talento a todo el que se presenta frente a una lente), sino en la fuerza de su carácter en el momento de salir a reportear y en su calidad profesional al editar y organizar su historia.

## LA TELEVISIÓN, EL MEDIO MÁS OPCIONAL

La televisión es emoción; con la televisión, el nivel de recuerdo es bajo; la televisión es superficial; la televisión es.... Se podría seguir describiendo la serie de problemas que a diario se perciben respecto de este medio, que la mayoría de nosotros utiliza para informarse.

---

10 *Ibíd.*, pp. 182-183.

Probablemente, televisión es todo ello y mucho más. Sin embargo, los estudios la siguen señalando como reina, cuando se trata de escoger entre sus varias opciones para adquirir información. Un estudio que este año dio a conocer el máximo organismo regulador de la televisión chilena, el Consejo Nacional de Televisión (Cntv), señala que, sin importar la clase social ni el nivel educacional de las personas, éstas eligen libremente a la televisión como apoyo en su toma de decisiones.

El Cntv preguntó acerca de la fuente más utilizada para informarse de lo que pasa en el mundo, Chile y su ciudad. Había cuatro alternativas: televisión, radio, diarios y otras personas. «Para los tres ámbitos -concluye el informe- la televisión aparece con un amplio margen como la fuente más frecuente de información, y le siguen la radio; luego, el diario y, finalmente, otras personas»<sup>11</sup>.

Nuestro afán no es la descalificación del resto de las alternativas mediales, sino el rescate de la importancia de la televisión en la recolección de las informaciones periodísticas.

Respecto de los noticiarios, el informe señala que 95,6% de las personas entrevistadas dicen ver los noticiarios, un hábito que se realiza en familia. Agrega que «los extremos de la escala educacional, es decir, las personas con un nivel educacional bajo y superior, son quienes en mayor porcentaje declaran preferir los noticiarios»<sup>12</sup>.

Así, vemos dentro de las conclusiones del estudio, que «entre otras cosas, las evidencias indican que la televisión, si bien puede no ser efectiva para persuadir a la opinión pública, sí produce influencia respecto a dirigir la atención del público hacia ciertos problemas y determinar cuáles se consideran importantes; respecto a definir los criterios según los cuales las personas realizan sus decisiones políticas y juzgan los gobiernos, los presidentes, las

---

11 "Televisión e información, percepciones de la opinión pública», en *Consejo Nacional de Televisión informa*. 1997. N°3, junio-julio, p. 2.

12 *Op.Cit.* p.5



políticas públicas y las instituciones; respecto a la forma de atribuir responsabilidades frente a hechos de interés común»<sup>13</sup>.

De esta manera, se reafirma la idea acerca de la importancia de conocer el medio y, de acuerdo con este conocimiento, proponer una narrativa apropiada a sus características. Algunas de éstas son: organización en el tiempo; el hecho de que, por su condición de efímera, privilegia lo concreto sobre lo abstracto y que, por lo mismo, prefiere lo particular sobre lo general.

Con la televisión existe la necesidad de mantener la atención desde el principio hasta el final, del noticiario como un todo, así como de cada uno de los segmentos o historias que lo componen. La oferta pasa, no se detiene ni permanece, y el desafío está en mantener la atención y también -¿por qué no decirlo?- en atraerla. Las historias y su forma de organización permiten construir sobre la base de un continuo en el tiempo. La televisión, en estos últimos años, está siendo desplazada. Los nuevos medios, la angustia y la preocupación respecto del futuro que producen las redes y sus posibilidades están haciendo dudar de su valor en el futuro. Sin embargo, podrán pasar muchas cosas en materia de comunicaciones y ocurrirá mucho en términos de posibilidades de contactos con el público, pero la necesidad de saber contar historias no variará. La necesidad de contar historias en el tiempo tampoco se modificará y la de conocer las experiencias de los otros para aprender a vivir mejor, tampoco. Este artículo es para aquellos que creen que las historias de nuestros semejantes tienen valor periodístico y que vale la pena narrarlas en una estructura temporal y utilizando métodos audiovisuales.

Y, aquí, no hablamos sólo de televisión, sino de periodismo.

---

13 *Op. Cit.* p.7.