

# COMUNICACION Y MEDIOS. CAT. II

AUTOR: PIERRE BOURDIEU

## LA TELEVISIÓN, EL PERIODISMO Y LA POLÍTICA<sup>1</sup>

¿Cómo explicar la extrema violencia de las reacciones que ha suscitado *Sur la télévision* entre los periodistas franceses más famosos? La mojigata indignación que han manifestado es imputable sin duda, por una parte, al *efecto de transcripción*, que hace desaparecer, inevitablemente, el acompañamiento no escrito de la palabra, el tono, los gestos, la mímica, las sonrisas, es decir, todo lo que, para un espectador de buena fe, marca de entrada la diferencia entre un discurso animado por la preocupación de hacer entender y convencer y el pánfleto polémico que, pese a todos mis anticipados desmentidos, han querido ver la mayoría de ellos. Pero su indignación se explica, sobre todo, por algunas de las propiedades más típicas de la visión periodística, como la propensión a identificar lo nuevo con las llamadas «revelaciones» o a dar prioridad al

1. Este texto fue publicado como postfacio a la edición inglesa de *Sur la télévision* (P. Bourdieu, *Sur la télévision*, Liber-Raisons d'Agir, París, 1996 [*Sobre la televisión*, Barcelona, Anagrama, 1997]).

aspecto más directamente visible del mundo social, es decir, los individuos, sus acciones y, sobre todo, sus malas acciones, desde una perspectiva que a menudo es la de la denuncia y el proceso, en detrimento de las estructuras y los mecanismos invisibles (en este caso, los del campo periodístico) que orientan los actos y los pensamientos y cuyo conocimiento favorece la comprensiva indulgencia más que la indignada condena (primacía de lo visible que puede conducir a una suerte de censura cuando sólo se trata un tema si se cuenta con imágenes, y con imágenes espectaculares). O también la propensión a interesarse por las « conclusiones » (supuestas) más que por el camino que permite llegar a ellas. Me acuerdo también de aquel periodista que, con motivo de la aparición de mi libro *La noblesse d'État*, balance de diez años de investigaciones, me propuso participar en un debate televisivo sobre las grandes escuelas especializadas en el que el presidente de la Asociación de Antiguos Alumnos hablaría « a favor », mientras que yo lo haría « en contra », y que no entendió que pudiera negarme. De la misma manera, las « grandes plumas » que se han metido con mi libro *Sur la télévision* han dejado de lado el método que utilizo (y, en especial, el análisis del mundo periodístico en tanto que campo), con lo que lo han reducido, sin saberlo siquiera, a una serie de tomas de posición banales, enteveradas de algunos estallidos polémicos.

Es, sin embargo, ese método el que quisiera utilizar de nuevo para intentar mostrar, aun a riesgo de nuevos malentendidos, que el campo periodístico pro-

duce e impone una visión extremadamente especial del campo político que nace de la estructura del campo periodístico y los intereses específicos de los periodistas que en él se forman.

En un universo que, como el mundo del periodismo y, sobre todo, de la televisión, está dominado por el temor pánico de resultar aburrido y la preocupación de divertir a cualquier precio, la política está llamada a aparecer como un tema ingrato que se excluye siempre que se puede de las horas de mayor audiencia, un espectáculo poco excitante, por no decir deprimente, y difícil de tratar, que conviene hacer interesante a cualquier precio. De ahí la tendencia que se observa en todas partes, tanto en los Estados Unidos como en Europa, a sacrificar cada vez más el editorialista y el reportero-investigador al animador-bufón; la información, el análisis, la entrevista profunda, la discusión de especialistas y el reportaje a la mera diversión y, en especial, a los chismorreos insignificantes de los falsos debates entre interlocutores adictos e intercambiables (a algunos de los cuales, crimen imperdonable, he citado por su nombre, a modo de ejemplo). Para entender realmente lo que se dice y, sobre todo, lo que no puede decirse en esos intercambios ficticios, habría que analizar con detalle las condiciones de selección de los que en los Estados Unidos son llamados *panelists*: estar siempre disponibles, es decir, siempre dispuestos a participar, pero también a jugar el juego, aceptando hablar de todo (es la definición exacta de lo que en Italia se llama *tuttologo*) y contestar a todas las preguntas, incluso a las más extravagantes o las más chocan-

tes, que se les ocurra plantear a los periodistas; estar dispuestos a todo, es decir, a todas las concesiones (sobre el tema, sobre los otros participantes, etcétera), a todos los compromisos y a todas las componendas para estar allí y asegurarse de ese modo los beneficios directos e indirectos de la notoriedad «mediática»: prestigio en el seno de los órganos de prensa, invitaciones a dar lucrativas conferencias, etcétera; procurar, en especial durante las entrevistas previas que algunos productores hacen, sobre todo, en los Estados Unidos, pero cada vez más también en Europa, elegir a los *panelists*, tomar posición con fórmulas sencillas expresadas en términos claros y brillantes, y evitar complicarse la vida demostrando que hay temas de los que se tienen verdaderos conocimientos (de acuerdo con la fórmula «*The less you know, the better off you are*»).

Pero los periodistas, que invocan las expectativas del público para justificar esta política de la simplificación demagógica (completamente contraria a la intención democrática de informar, o de educar divirtiendo), sólo consiguen proyectar sobre él sus propias inclinaciones, su propia visión, especialmente cuando el temor a aburrir y, por lo tanto, a que baje el índice de audiencia los lleva a primar la pelea sobre el debate, la polémica sobre la dialéctica, y a hacer cualquier cosa para privilegiar el enfrentamiento entre las personas (los políticos, especialmente) en menoscabo de la confrontación entre sus argumentos, es decir, del tema

\* «Cuanto menos sepas, mejor para ti.» (N. del T.)

mismo del debate, sea el déficit presupuestario, la disminución de los impuestos o la deuda exterior. Dado que lo esencial de su competencia consiste en un conocimiento del mundo político basado en la intimidad de los contactos y las confidencias (es decir, en rumores y chismes), más que en la objetividad de la observación y la investigación, son propensos, en efecto, a llevarlo todo a un terreno en el que son expertos y a preocuparse más del juego y los jugadores que de las bazas que están en juego, más por cuestiones de pura táctica política que por la sustancia de los debates, más por el efecto político de los discursos en la lógica del campo político (la de las coaliciones, las alianzas o los conflictos entre personas) que por su contenido (cuando no inventan e imponen en la discusión problemas ficticios, como, en el caso de las últimas elecciones francesas, la cuestión de decidir si en el debate entre la izquierda y la derecha tenían que intervenir dos políticos —Jospin, líder de la oposición, y Juppé, primer ministro de derechas— o cuatro —Jospin y Hue, su aliado comunista, por una parte, y Juppé y Léotard, su aliado centrista, por otra—, cuestión que, so capa de muestra de neutralidad, era una imposición política, destinada a favorecer a los partidos conservadores al ser susceptible de poner de manifiesto eventuales divergencias entre los aliados de izquierda). Por su posición ambigua en el mundo político, en el que son actores muy influyentes sin ser por ello miembros de pleno derecho; y en el que están capacitados para ofrecer a los políticos unos servicios simbólicos indispensables (que, por otra parte, no pueden asegurarse a sí mis-

mos, salvo, en la actualidad, de manera colectiva, en el terreno literario, donde juegan sin reparos al juego de los «favores mutuos»), los periodistas son propensos al punto de vista de Tersites\* y a una forma espontánea de filosofía de la suspicacia que los lleva a buscar las causas de las tomas de posición más desinteresadas y las convicciones más sinceras en los intereses asociados a posiciones en el campo político (como las rivalidades en el seno de un partido o de una «corriente»).

De ahí que tiendan a producir y proponer, tanto por el tono de sus comentarios políticos como por las preguntas de sus entrevistas, una *visión cínica* del mundo político como una especie de circo entregado a las manipulaciones de unos ambiciosos carentes de convicciones, guiados por intereses vinculados a la competición que los enfrenta. (Es cierto, dicho sea de paso, que se ven estimulados por la acción de los consejeros y los asesores políticos en esta especie de marketing político deliberadamente organizado, aunque no por fuerza cínico, que cada vez es más necesario para triunfar en política ajustándose a las exigencias del campo periodístico y sus instituciones más típicas, como las grandes emisiones políticas televisadas, los clubes de la prensa, etcétera, que obran como auténticos «grupos de presión» y contribuyen cada vez más a crear a los políticos y su reputación.) Esta atención exclusiva al «microcosmos» político, a los hechos que se

\* Personaje de la *Ilíada*, encarnación de la maledicencia y la malevolencia. (N. del T.)

desarrollan en su seno y a los efectos que se le atribuyen, tiende a producir una brecha con el punto de vista del público o, por lo menos, con sus sectores más preocupados por las consecuencias reales que pueden tener las tomas de posición políticas sobre su existencia y sobre el mundo social. Brecha que se ve considerablemente ensanchada y profundizada, sobre todo en el caso de las estrellas de la televisión, por la distancia social asociada al privilegio económico y social. Sabemos, en efecto, que, a partir de los años sesenta, en los Estados Unidos y la mayoría de los países europeos, las estrellas mediáticas añaden a unos salarios extremadamente elevados —del orden de cien mil dólares o más en Europa, e incluso de varios millones de dólares en los Estados Unidos— los emolumentos, a menudo exorbitantes, asociados a la participación en debates, a las giras de conferencias, a las colaboraciones habituales en la prensa, a las sesiones de promoción, especialmente con motivo de reuniones de grupos profesionales. Por ello la dispersión de la estructura de la distribución del poder y los privilegios en el campo periodístico no hace más que crecer, a medida que, paralelamente a los pequeños empresarios capitalistas, que deben conservar y aumentar su capital simbólico mediante una política de presencia permanente en las antenas (necesaria para mantener su cotización en el mercado de las conferencias y las sesiones de promoción), se desarrolla un extenso subproletariado conde-

1. Véase James Fallows, *Breaking the News. How Media Undermine American Democracy*, Vintage Books, Nueva York, 1997.

nado por la precariedad laboral a una forma de autocensura.<sup>1</sup>

A esos efectos se añaden los de la competencia en el seno del campo periodístico que ya he mencionado, como la obsesión por la exclusiva sensacional y la tendencia a dar prioridad sin discusión a la información más reciente y de más difícil acceso, o la demagogia que estimula la competición por la interpretación más original y más paradójica, es decir, muchas veces la más cínica, o también los juegos de predicción «de usar y tirar» a propósito de la evolución de las cuestiones de actualidad, es decir, los pronósticos y los diagnósticos a la vez poco elaborados (parecidos a las quinielas deportivas) y que tienen asegurada la impunidad más absoluta, porque están protegidos por el olvido casi inmediato que engendran la discontinuidad prácticamente perfecta de la crónica periodística y la rápida rotación de los sucesivos conformismos.

Todos estos mecanismos contribuyen a producir un efecto global de despolitización o, más exactamente, de desencanto de la política. La búsqueda de lo divertido inclina, sin que sea necesario quererlo explícitamente, a desviar la atención hacia un espectáculo (o un escándalo) siempre que la vida política hace surgir un problema importante, pero de apariencia aburrida, o, más sutilmente, a convertir la llamada «actualidad» en una melopea de acontecimientos divertidos, muchas veces situados, como en el caso paradigmático

1. Véase Patrick Champagne, «Le journalisme entre précarité et concurrence», *Liber*, 29, diciembre de 1996: pp. 6-7.

del proceso de O. J. Simpson, a medio camino entre el suceso y el espectáculo, en una sucesión sin pies ni cabeza de acontecimientos heterogéneos, yuxtapuestos por los azares de la coincidencia cronológica (un terremoto en Turquía y la presentación de un plan de restricciones presupuestarias, una victoria deportiva y un juicio escandaloso), que se reducen al absurdo al reducirlos a lo que se muestra en el instante presente, rabiósamente inmediato, y disociarlos de todos sus antecedentes o sus consecuencias.

El desinterés por los cambios insensibles, es decir, por todos los procesos que, al igual que la deriva de los continentes, pasan inadvertidos y son imperceptibles mientras ocurren, y cuyos efectos sólo se manifiestan plenamente con el tiempo, incrementa los efectos de la *amnesia estructural* que favorecen la lógica del pensamiento al día y la competencia impuesta por la identificación de lo importante y lo nuevo (la noticia sensacional y las «revelaciones») para inclinar a los periodistas a producir una representación «instantaneísta» y discontinua del mundo. Por falta de tiempo y, sobre todo, de interés, así como de información previa (su trabajo de documentación se limita siempre a la lectura de los artículos de prensa dedicados al tema que tratan), casi nunca pueden volver a situar los acontecimientos (por ejemplo, un acto de violencia en una escuela) en el sistema de relaciones en que están insertos (como la situación de la estructura familiar, vinculada, a su vez, al mercado de trabajo, que, a su vez, está relacionado con la política fiscal, etcétera) y contribuir así a arrancarlos de su aparente absur-

dad. No cabe duda de que los periodistas se sienten estimulados a actuar así por la inclinación de los políticos y, en especial, de los responsables gubernamentales, a los que, a su vez, estimulan con los «efectos publicitarios», a poner el acento en las empresas a corto plazo, en detrimento de las acciones sin efectos inmediatamente visibles.

Esta visión deshistorizada y deshistorizante, atomizada y atomizante, encuentra su realización paradigmática en la imagen que ofrecen del mundo los noticiarios televisivos, sucesión de historias aparentemente absurdas que acaban por parecerse entre sí, desfiles ininterrumpidos de pueblos miserables, secuencias de acontecimientos que, aparecidos sin explicación, desaparecerán sin que sepamos su solución, hoy el Zaire, ayer Biafra, mañana el Congo, y que, despojados de ese modo de cualquier necesidad política, sólo pueden suscitar, en el mejor de los casos, un vago interés humanitario. Esas tragedias desvinculadas que se suceden sin ninguna perspectiva histórica no llegan a distinguirse realmente de las catástrofes naturales, tornados; incendios forestales, inundaciones, que también están muy presentes en los noticiarios, por ser tradicionales, por no decir rituales, desde un punto de vista periodístico y, sobre todo, espectaculares y poco costosas de cubrir, y cuyas víctimas son tan poco idóneas para suscitar la solidaridad o la rebelión propiamente políticas como las de los descarrilamientos de trenes y demás accidentes.

Así pues, las presiones de la competencia se conjugan con las rutinas profesionales para llevar a las tele-

visiones a producir la imagen de un mundo lleno de violencias y delitos, de guerras étnicas y odios raciales, y a proponer a la contemplación cotidiana un entorno amenazador, incomprensible e inquietante, del que conviene, ante todo, retraerse y protegerse, una sucesión absurda de desastres absolutamente incomprensibles y en los que no se puede intervenir. Así se introduce hábilmente, poco a poco, una filosofía pesimista de la historia que estimula más el retraimiento y la resignación que la rebelión y la indignación, y que, lejos de movilizar y politizar, sólo puede contribuir a aumentar los temores xenófobos, de la misma manera que la ilusión de que la delincuencia y la violencia no dejan de aumentar favorece las ansiedades y las fobias por la «seguridad». La sensación de que el mundo ha escapado del control de la mayoría de los mortales se conjuga con la impresión de que —un poco a la manera del deporte de alto nivel, que abre una brecha semejante entre sus practicantes y los espectadores— el juego político es cosa de profesionales para estimular, especialmente en las personas menos politizadas, una desvinculación fatalista, evidentemente favorable a la conservación del orden establecido.

En efecto, hay que tener una fe tremenda en las capacidades de «resistencia» del pueblo (capacidades innegables, pero limitadas) para suponer, tal como hace cierta «crítica cultural» llamada «posmoderna», que el cinismo profesional de los productores de televisión, cada vez más próximos a los publicitarios en sus condiciones de trabajo, sus objetivos (la búsqueda de la máxima audiencia y, por lo tanto, del «pequeño por-

centaje de ventaja» que permite «vender mejor») y su estilo de pensamiento, pueda encontrar su límite o su antidoto en el activo cinismo de los espectadores (ilustrado especialmente por el *zapping*): considerar universal, como hacen algunos hermeneutas «posmodernos», la aptitud para realizar de forma reflexiva una «lectura» crítica de los mensajes «irónicos y metatextuales» que engendra el cinismo manipulador de los productores de televisión y los publicitarios significa caer, en efecto, en una de las formas más perversas de la ilusión escolástica en su forma populista.

*París, junio de 1997*

