

LA IMAGEN DEL MUNDO COMO ESPECTÁCULO

Motivación personal

En esta mesa de profesionales, quiero aportar mi experiencia de dos décadas en la información internacional. En las redacciones, la gente de internacional es al tiempo respetada, pero al mismo tiempo mirados como “bichos raros”, interesados por lugares, personajes y conflictos “distintos y distantes”. Por definición nos ocupamos de una información que no nos es próxima. Como se preguntaba un redactor jefe de la serie Lou Grant **¿a quién le importa lo que pasa en el extranjero?** Para colmo, la información internacional generada por el propio medio es muy **cara**, mantener una red de corresponsales es todo un lujo.

Los jefes de internacional tienen que batallar todos los días para convencer a los editores de que sí, que lo que pasa por el mundo **nos interesa y nos afecta**.

Nos afecta, porque por mucha que nuestra visión sea cada vez más provinciana y localista, vivimos en un **mundo interdependiente**.

Y **nos interesa** porque en todas partes el ser humano vive alegrías, tragedias, luchas, conquistas...**vivencias que nos son comunes**, que no pueden dejar indiferente a nadie. Cuando conseguimos presentar lo que ocurre en su contexto, mostrar su importancia y destacar esas experiencias profundas de un ser humano, doy fe que a la audiencia le interesa, no porque lo diga el “share”, sino porque lo dicen los propios espectadores que llaman después de emitir una información.

Hablo desde la **experiencia del periodista audiovisual**. En televisión representamos la realidad a través de imágenes y sonidos captados electrónicamente. Las **imágenes**, los **sonidos**, las palabras dichas ante la cámara, van **construyendo la realidad**, van conformando nuestras **experiencias y memorias colectivas**.

¿Construye una imagen cabal del mundo la información del extranjero que emiten nuestras televisiones? ¿Es esa información parte del espectáculo informativo?

Son las preguntas a las que trataré brevemente de responder desde la experiencia profesional y el trabajo como investigador. En este sentido me remito a mis trabajos publicados en el Vol. 14 de la Revista de Estudios del Mensaje Periodístico y en el número 64 de la Revista Latina de Comunicación Social.

La información del extranjero y nuestra imagen del mundo

Todos tenemos **experiencia de lo próximo** y los mensajes de los medios no pueden alterarla. No creeremos al Consejero de Sanidad que nos diga que nuestro sistema sanitario funciona a la perfección si nos hemos pasado 12 horas de espera en un servicio de urgencias. Cada uno sabemos más que nadie de lo nuestro. Nuestra experiencia no es ilimitada, pero lo que nos ocurre localmente podemos proyectarlo a nivel de nuestra Comunidad Autónoma y del Estado en el que vivimos, entre otras cosas porque viajamos frecuentemente por razones familiares o de trabajo y mantenemos contactos habituales con familiares y amigos que viven en otros lugares del país.

En cambio, de lo que pasa más allá de nuestras fronteras la fuente fundamental de conocimiento para la mayor parte de la ciudadanía son las informaciones que nos suministran los medios y, sobre todo, las imágenes de la televisión. Para la mayoría, la experiencia directa del extranjero es muy limitada. Los turistas sólo ven una parte amable, muchas veces construida artificialmente. En los viajes de trabajo, nuestros anfitriones son siempre amables y nos enseñan lo mejor de su país.

Por todo ello, la **información del extranjero** -nótese que ya no hablo de información internacional- **es decisiva para conformar nuestra imagen del mundo**.

Vivimos en un mundo interdependiente ¿pero cuál es la imagen del mundo que construyen los medios, sobre todo la televisión?

Información internacional, información global, información glocal

Parece obvio que vivimos en un mundo interdependiente, pero basta ver un telediario para que veamos como **todos los fenómenos se presentan como locales**. La guerra, sobre todo si no intervienen las grandes potencias, es un fenómeno local; una catástrofe natural también; la llegada de una patera, igualmente es un acontecimiento localizado que parece no tener nada que ver con lo que sucede en el resto del mundo.

Lo de “aquí” y lo “allí” siguen nítidamente diferenciados. Lo de “allí” es información internacional, lo de “aquí” es política, sociedad, cultura, economía... Esa distinción no tiene sentido, así que para entender la imagen del mundo que construyen los telediarios propongo **tres categorías: información internacional, información global e información glocal**.

La **información internacional** se refiere a la política de los países extranjeros, la diplomacia, la estrategia y los conflictos internacionales e internos. Es la información clásica del extranjero. La información internacional está en claro **declive**. Es una información muy especializada, que requiere atención y mínimos conocimientos de geografía e historia. Es una información “**seria**”, “**aburrida**”, por mucho que personajes como Berlusconi o Sarkozy le presten color. Además, con nuestra visión provinciana, cada vez cerramos más el foco de lo que nos resulta próximo, geográfica y culturalmente.

Por ejemplo, resulta difícilísimo meter una crónica del corresponsal en Portugal (salvo que se trate del “caso Madelaine”) o en Marruecos y mucho más fácil si proviene de Nueva York o Washington. (Aquí cabría invocar la teoría de la dependencia, pero basta con hablar de papanatismo).

Sin la información internacional no conoceremos cuales son los actores que moldean el mundo en el que vivimos. Todos los análisis indican que la información internacional en televisión está dominada por las **guerras y la pobreza extrema** de eso que se dio en llamar “Tercer Mundo”.

La **información global** es aquella en la que se muestran fenómenos en los que se manifiestan los vínculos y la interdependencia del mundo en el que vivimos. Migraciones, comercio, crisis económica, deslocalizaciones industriales, tendencias culturales, sociedad de la información, calentamiento... son ejemplos de fenómenos globales. Lamentablemente, en la mayor parte de los casos, nuestras informaciones los tratan como acontecimientos locales sin explorar esos vínculos o interrelaciones.

La **información glocal** es una categoría **creciente** y uno de los vectores principales de la espectacularización y banalización de la información.

El término viene del **marketing**, donde se utiliza para indicar la adaptación de productos internacionales a los gustos nacionales. Hay una glocalización que consiste en **adaptar** la información internacional a nuestras realidades locales. Así, cuando comparamos la extensión de un país con la de una provincia o una comunidad autónoma española. O cuando nos preguntamos que efectos tendrá en nuestro territorio el calentamiento global. Esta localización o glocalización es imprescindible para entender las realidades que no nos son propias.

Pero hay otra glocalización. Son las informaciones que, no importa donde ocurran, se trata como si fueran locales. Se trata de **informaciones donde dominan unos**

códigos universales con gran visualidad, unos códigos basados en impactar, emocionar, entretenerte.

Un ejemplo, la **tomatina** de Buñol. Cada último miércoles de agosto la batalla se repite. Las televisiones autonómicas y nacionales difunden las imágenes y las agencias internacionales las distribuyen a sus abonados y miles de canales por todo el mundo las hacen llegar a millones de espectadores. ¿Cuál es el secreto? La plasticidad orgiástica de esa multitud, empapada de la roja pulpa del tomate, se basa en un código visual no muy distinto a las peleas en el barro que tanto gustan a los norteamericanos. Si la *tomatina* propone el **gozo orgiástico**, la Semana Santa de México, Perú o Filipinas propone el goce morboso de crueles crucifixiones. Tanto unos como otros son acontecimientos *glocales*.

La información glocal no deja de crecer. Da lo mismo que sea un terremoto que una corrida de toros, o una procesión de penitentes chíies. No importa donde ocurra, lo importante es que nos emocione o nos impacte. No importa si el desfile de lencería es en París o Nueva York, o la alfombra roja de los famosos está en Cannes o Hollywood, se trata de entretenernos o admirar el glamour.

La información internacional, víctima del espectáculo

La información internacional y global son víctimas de la creciente banalización de la información en televisión. Los tiempos de los telediarios son fijos y limitados. A más moda, tendencia o estilo, menos veremos lo que pasa en el mundo, que, aunque no queramos entenderlo, condiciona nuestras vidas.

La canalización también afecta a la jerarquización y ordenación. En sumario irá la noticia glocal, no la noticia global o internacional.

La información del extranjero, vector del espectáculo

Pero también la información del extranjero es vector del espectáculo.

Lo es cuando un acontecimiento se convierte en **acontecimiento mediático**, ya sea unas elecciones en Estados Unidos, el entierro de un Papa, o un crimen morboso. Entonces todo se convierte en un **circo**, el circo mediático, con decenas de reporteros en las terrazas de los hoteles contando en directo lo que ven por la televisión o lo que les cuentan desde la redacción central. Con las televisiones compitiendo a ver quien hace mayor **despliegue**. La propia **cobertura** se convierte en **noticia** y los índices de audiencia en arma arrojadiza.

También lo es a través de las informaciones glocales, en el sentido que he explicado.

Y en otra manifestación de la glocalización: “**qué pasa con los nuestros**”. Si hay un terremoto lo importante no es el terremoto, sino unas decenas de turistas españoles que se encuentran a mil kilómetros del lugar afectado.

Otra manifestación de la glocalización y del espectáculo político, es la **nacionalización de la política de la Unión Europea**. Después de cada cumbre, cada mandatario da su rueda de prensa para sus periodistas nacionales, muchos de ellos **cortesanos**. Parece que cada uno ha estado en una cumbre distinta, con una agenda distinta y unos resultados distintos.

El espectáculo del mundo: un mundo amenazante, al tiempo que curioso y entretenido

En los resultados de mi investigación y en otros estudios resulta que la información del extranjero viene dominada por **guerras, catástrofes e informaciones glocales**. Construimos, por tanto, una imagen del mundo amenazante, peligroso (¡Hay que ver como está el mundo!), pero al tiempo entretenido, curioso y glamoroso.

En definitiva, **convertimos al mundo en espectáculo**.

Castellón, 27 de mayo de 2009