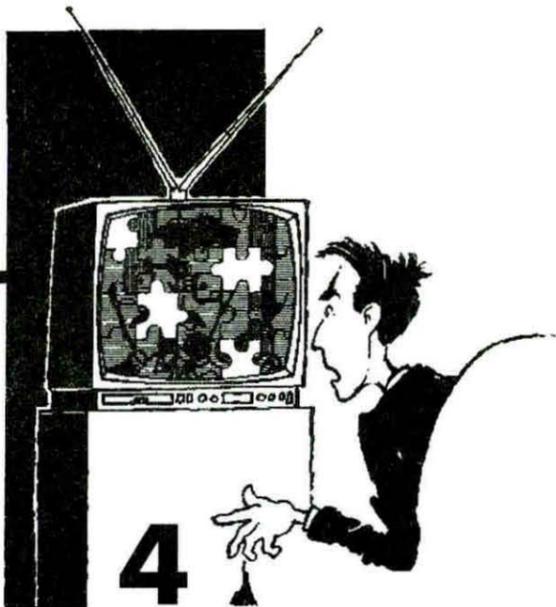


Noticias por TV



4

¿Sólo  
importan  
las palabras?



Las noticias en la televisión no son lo mismo que las noticias en la radio. Obviamente, esto no constituye una revelación sorprendente. Sin embargo, la mayoría de los investigadores ha tratado las noticias en la televisión como si las imágenes no existieran y como si sólo importasen las palabras.

DORIS A. GRABER, PH. D.\*



**E**n el pasado, muchos sociólogos han argumentado que la codificación de los mensajes mediante imágenes en las noticias por televisión no tenía sentido, ya sea porque estos mensajes dan a entender significados diferentes a cada televidente o porque no agregan nada al texto que acompaña a esas imágenes.

Pero desde hace tiempo parece ser injustificable para otros eruditos, interesados en descubrir lo que el público recibe de las noticias televisadas, que se omitan los mensajes visuales del análisis. Después de todo, la sabiduría popular—que a menudo es inexplicablemente precisa—decretó ya que “una imagen vale por mil palabras” y que “ver es creer”. La investigación actual, incluido mi propio trabajo experimental con pequeños grupos de televidentes, ahora apoya estos antiguos adagios. Se indica que las imágenes de la televisión tienen significados importantes más allá de los textos verbales y que generalmente el público al que van dirigidas estas imágenes entiende de manera adecuada estos significados (Altheide, 1985; Glasgow University Media Group, 1976, 1980; Graber, 1986; Meyrowitz, 1985).

Es fácil captar los significados uniformes debido a que las noticias en la televisión proporcionan indicaciones verbales explícitas y otras para guiar a los televidentes. Por ejemplo, si se les dice a los televidentes que ellos están en la escena de un robo de una casa, probablemente esperarán ver la valiosa propiedad en cámara; si se les pone en aviso sobre un ataque sorpresivo contra drogas, su atención se centrará en las drogas que los traficantes posean (Chase, 1973; Loftus, 1979; Zadny & Gerard, 1974). El hecho de que las imágenes se enfocan para así no mostrar elementos distractores también ayuda a la interpretación. Tiemens, al explicar la acción de la cámara, observa:

*“Cuando la cámara de televisión enmarca una imagen o una escena, crea un campo visual limitado bidimensional. Tanto la disposición de los elementos en este espacio definido, el ordenamiento en secuencias o el contexto de las imágenes,*

*la dinámica del movimiento dentro del marco, así como las mismas imágenes, interactúan para crear un mensaje visual que tenga significado para el televidente. ‘Todo lo que la cámara ve, necesariamente también lo interpreta’” (1978, p. 363).*

Desgraciadamente, la codificación audiovisual de las noticias de televisión ha constituido una dificultad técnica principal para el estudio de sus aspectos visuales. El promedio de la transmisión de noticias presenta un gran número de imágenes complejas con muchos detalles posiblemente importantes. La codificación de todas ellas es una tarea abrumadora. Se hace más compleja porque estas imágenes se filman para grabar el movimiento y por ello están en constante cambio. Los ángulos de cámara también cambian así como la distancia de la cámara, desde planos en detalle hasta planos generales panorámicos. Otras técnicas fotográficas tales como las tomas de zoom, *fade in*, *fade out*, y fundidos presentan al ojo humano diversas imágenes.

\* Profesora de Ciencias Políticas en la Universidad de Illinois de Chicago.

¿Cómo pueden los analistas dominar dicha complejidad de manera que la codificación audiovisual sea un procedimiento de investigación técnica y económicamente conveniente?

Para solucionar los problemas de codificación audiovisual he desarrollado procedimientos que se centran más bien en los *significados* que entregan los mensajes audiovisuales, que en la codificación individual de las imágenes que se muestran en una historia noticiosa. Le llamo a mi método codificación "gestáltica" porque se centra en la totalidad del significado que resulta de la interacción de los elementos verbales y visuales de una historia, el ambiente externo y la tendencia a decodificar del público que ve las noticias.

Los cuatro factores principales considerados durante la codificación gestáltica son: 1) el contexto político general predominante en el momento de la transmisión; 2) el *lead in* del hombre ancla y la edición verbal y no verbal subsiguiente de éste y del reportero; 3) el mensaje audiovisual que se transmite mediante la combinación de palabras, sonidos no verbales e imágenes; y 4) el efecto mutuo entre los episodios dentro de la misma historia y entre otras historias en el mismo noticiario.

Los procedimientos de codificación gestáltica se basan en la investigación del procesamiento de información donde se demuestra que el común de la gente reduce en forma rápida el gran número de noticias que les llega a una pequeña cantidad de información útil. A diferencia de los analistas de contenido, los teleespectadores no ven ni escuchan ni interpretan cada indicación verbal y visual en forma separada. Más bien, al igual que los lectores de símbolos impresos o personas que escuchan la palabra hablada, discernen primero el *gestalt* general que se les presenta en palabras, sonidos e imágenes. Después de determinar el significado general de la historia condensan y simplifican el mensaje, introduciendo un

«La palabra impresa  
adquiere un  
significado para el  
lector sólo cuando  
éste relaciona su  
imagen privada, que  
tiene en la mente,  
con el sentido del  
escritor [...] La  
televisión simplifica el  
proceso. La imagen  
está ahí en la  
pantalla: lo único que  
el televidente tiene  
que hacer es imponer  
su significado interno  
en la imagen o  
combinar la palabra  
hablada y la imagen»



número limitado de detalles apropiados en sus estructuras cognitivas (Graber, 1984).

Las decisiones que tienen que tomar los televidentes y los codificadores gestálticos para captar los significados de la transmisión no son ni indebidamente complejas ni indebidamente idiosincráticas. El lenguaje audiovisual que se usa en las noticias por televisión está diseñado para que se entienda en forma fácil debido a que debe dar significados comunes a un público numeroso y variado en un breve período de tiempo. Los televidentes no tienen posibilidad de examinar los símbolos que son oscuros o para

comprender matices delicados de información. Salvaggio (1980, p. 132) analizó la realización de películas, lo dijo de la siguiente forma: los cineastas "decodifican los mensajes que se van a transmitir ya sea en una forma intuitiva o intelectual [...] antes de producir las películas [...] sabiendo lo que un determinado espectador puede concluir de una serie de tomas". Por consiguiente, "existe una sintaxis explícita sobre la que el realizador está consciente y que consulta antes de producir una secuencia".

Se considera que este lenguaje audiovisual es tan ampliamente conocido —tanto por los productores de televisión como por el público— que la literatura general en la producción de televisión en gran parte fracasa en proporcionar conocimientos lingüísticos y se extiende mucho más en los detalles técnicos del uso de la cámara, iluminación y proyección. Se presume que los periodistas de la televisión son igualmente expertos en la manera de expresarse tanto en la forma visual como la verbal, por lo que es innecesario educarlos sobre la mejor manera de expresar sus mensajes. Mediante la repetida presentación de las noticias por televisión, el público, a su vez, aprende los códigos estandarizados de imágenes (Graber, 1984; Millerson, 1976).

Indicios sobre los significados que el público asigna generalmente a los aspectos visuales de la presentación audiovisual se pueden encontrar en numerosos estudios de psicología, comunicación y conducta no verbal (Cantor & Kihlstrom, 1981; Ekman, 1983; Lau & Sears, 1986). Las entrevistas en profundidad y los experimentos de laboratorio también proporcionan respuestas. Si los codificadores provienen de la misma cultura que el público que mira televisión, probablemente su evaluación de los significados de los mensajes será bastante preciso. Por ejemplo, en un estudio sobre las características de los candidatos presidenciales durante las elecciones de 1984, transmitido por los noticiarios de

televisión, tres codificadores estuvieron de acuerdo en 89 de cada 100 decisiones sobre codificación. Por lo tanto, a juzgar por los estudios de público y de codificadores, el método gestáltico parece ser válido y confiable (Graber, 1985, 1986).

## Imágenes de codificación

Aunque queda mucho por aprender sobre la contribución real y potencial de las imágenes a los significados que se transmiten en las noticias por televisión, ya han surgido varias características importantes. La mayoría de los investigadores coincide en que las imágenes hacen que la transmisión de información sea más rápida, precisa y realista que mediante los mensajes puramente verbales (Burgoon, 1980). Si uno quiere conocer cuáles son los aspectos de los mensajes en las noticias en la televisión sobre los que el público más percibe, entonces se debe conocer qué partes de esos mensajes se presentan en forma audiovisual y qué tipo de imágenes se usa.

La transmisión de información es más rápida cuando se usan imágenes porque:

*La palabra impresa adquiere un significado para el lector sólo cuando éste relaciona su imagen privada, que tiene en la mente, con el sentido del escritor. El lector examina las palabras, las transforma en imágenes mentales y entonces crea a partir de ello sus significados. La televisión simplifica el proceso. La imagen está ahí en la pantalla: lo único que el televidente tiene que hacer es imponer su significado interno en la imagen o combinar la palabra hablada y la imagen. En vez de ir de la palabra escrita a la imagen, y de ella al significado, su mente viaja directamente de la imagen al significado (Lewis, 1984, p. 4).*

El hecho de que las personas procesen varios estímulos visuales en forma más bien simultánea que secuencial, como es

el caso de los estímulos verbales, también significa que se puede absorber en forma rápida mucho más contenido sobre la información a partir de imágenes que a partir de palabras (Paivio, 1979).

Se necesita la codificación de imágenes para detectar muchos mensajes que se transmiten, ya sea exclusivamente mediante ellas o mediante su combinación con sonidos. La codificación audiovisual también ayuda a identificar los mensajes que más se recuerdan. Con algunas notables excepciones, las presentaciones audiovisuales aparentemente se pueden recuperar en forma más fácil a partir de la memoria que a partir de presentaciones

«El hecho de que las personas procesen varios estímulos visuales en forma más bien simultánea que secuencial, como es el caso de los estímulos verbales, también significa que se puede absorber en forma rápida mucho más contenido sobre la información a partir de imágenes que a partir de palabras»



puramente verbales. “Esto ocurre porque [las presentaciones audiovisuales] están codificados tanto desde el punto de vista de su contenido visual como verbal [...] La existencia de un código adicional para imágenes aumentaría la probabilidad de recuerdo, pues si una persona olvidó uno de los códigos o éste simplemente no estuvo disponible, se puede usar el otro en su lugar” (Paivio, 1979, p. 387. Véase también Edwardson, Kent & McConnell, 1984; Mowbray, 1953; Warschaw, 1978).

Los mensajes mediante imágenes son más precisos y realistas que los mensajes verbales porque las imágenes presentan más detalles que palabras y proporcionan una mejor comprensión de las relaciones (Pryluck, 1976). Por ejemplo, cuando un reportero escribe que en una parte de Beirut se presentan escenas de total devastación, la mayoría de las personas puede evocar imágenes de comunidades devastadas a partir de su memoria, pero sólo las imágenes pueden mostrar la verdadera destrucción, el movimiento de personas y vehículos a través de calles repletas de escombros esparcidos y la expresión de horror y dolor en la cara de las víctimas (Eco, 1976). Para conocer las imágenes de un hecho que retiene el público y para determinar cuán uniformes y precisas son, se deben analizar las escenas que realmente se mostraron.

Otro aporte importante de las imágenes, con su color, movimiento y tomas en primer plano, es el impacto emocional. Mientras los mensajes impresos o hablados se distinguen por proporcionarle a la historia un trasfondo, un contexto y una explicación, las imágenes hacen que el público se preocupe por un tema y por las personas involucradas en él. “Las imágenes en la televisión de negros golpeados por policías y apaleados con las mangueras para incendios se convirtieron en un argumento elocuente y persuasivo contra las injusticias hacia la gente de color en el país” (Lewis, 1984, p. 109).

Las imágenes en la televisión también

aumentan la credibilidad y el interés en los informes de noticias (Burgoon, 1980). Las personas confían más en lo que ven que en lo que escuchan. Efectivamente, adquieren una sensación de ser testigos de un evento cuando se le presenta éste en imágenes con movimiento. La sensación de una participación vicaria hace entonces al evento más interesante. Según Carolyn Lewis, "la televisión puede atraer la atención, agitar las emociones, disfrazar las abstracciones con vestimenta humana, personalizar temas complejos, dar a conocer características y darle a los televidentes la sensación de haber participado en un evento" (1984, p. 3).

El que se combinen la apelación, el interés y la credibilidad altamente emocionales a menudo significa que las noticias en la televisión llevan a acciones que no se habían producido antes por comunicaciones sólo textuales. Por ejemplo, se mostraron en la televisión embarcaciones que auxiliaban a etíopes, inmediatamente después de que se había mostrado a otros en estado de inanición. Las noticias impresas habían fracasado en hacer esto. La hambruna en otros países africanos que no fueron cubiertos visualmente en forma tan extensa no despertó en la comunidad internacional el deseo de emprender acciones para su alivio similares a las que se realizaron para Etiopía. Sin analizar las imágenes utilizadas para cubrir las condiciones de hambruna en Africa, hubiera sido difícil saber por qué las emociones se produjeron tanto más para Etiopía que para otros países.

Las noticias por televisión también son fuentes importantes para elaborar un vocabulario visual realista que los televidentes almacenan como esquemas mentales y que usan para el procesamiento de información. Las imágenes en la televisión son particularmente importantes cuando previamente describen situaciones desconocidas donde el público no tiene imágenes y encuentra dificultades en crearlas para su mente. Un ejemplo

«Mientras los mensajes impresos o hablados se distinguen por proporcionarle a la historia un trasfondo, un contexto y una explicación, las imágenes hacen que el público se preocupe por un tema y por las personas involucradas en él»



es la caminata de los astronautas en la Luna. En forma similar, ver escenas en la televisión de batallas sangrientas en Vietnam era mucho más realista y era un mayor estímulo para la acción política que imaginar tales escenas cuando se las escondía para que no pudiesen ser vistas (Hastie, 1986; Sperry, 1981).

Las mensajes visuales también facilita que se asocien cosas y se haga cierto tipo de deducciones (Paivio, 1979). La evidencia experimental indica que es más probable que las personas atribuyan características a algo sobre la base de indicaciones visuales y no verbales, en vez de indicaciones verbales (Schneider, Hastorf & Ellsworth, 1979; Sullivan, Masters, Lanzetta, Englis & McHugo, 1984). Por ejemplo, cuando se muestran en la pantalla de televisión los candidatos para un cargo político, el público tiende a usar las imágenes para juzgar las caracte-

rísticas de la personalidad del candidato, tales como su capacidad, integridad, dotes de mando y empatía. Para anticipar la naturaleza de este tipo de juicios, se necesita analizar las imágenes sobre las que se basan.

### Sugerencias para futuras investigaciones



Las sugerencias para investigaciones futuras parecen ser claras. Sobre todo, que se deben incluir los aspectos visuales de los mensajes. Centrarse exclusivamente en los aspectos verbales lleva a una serie de distorsiones. Son dudosas las afirmaciones realizadas en el pasado sobre el contenido de las noticias en la televisión basadas en el análisis puramente verbal.

Después de los largos interrogatorios que se usaron en los primeros descubrimientos en análisis de contenido, se hace imperioso emprender una investigación novedosa orientada en forma audiovisual a fin de descubrir los mensajes que los noticiarios televisivos efectivamente transmiten al público. Los cómo y por qué de la manera audiovisual de expresión deben escudriñarse junto con los procesos y los productos finales de la decodificación del mensaje audiovisual.

Hacer esta investigación es una enorme labor, pero las recompensas debieran ser también enormes desde el punto de vista del entendimiento de las imágenes del mundo político por parte del público. La televisión se ha convertido en la fuente de noticias más usada por el público y es particularmente importante para los millones de personas que no pueden usar con facilidad los medios impresos, por carecer de las habilidades necesarias para leer. Debido a la función potencialmente crucial de las noticias por televisión, los políticos y eruditos debieran evaluar cuidadosamente la totalidad de sus mensajes audiovisuales. 