

● M<sup>a</sup> Dolores Souza y Víctor Martínez  
Santiago (Chile)

Solicitado: 14-12-2009 / Recibido: 16-09-2010  
Aceptado: 12-11-2010 / Publicado: 01-03-2011

DOI:10.3916/C36-2011-02-07

# La intervención de la televisión en el terremoto chileno

The Intervention of TV in the Chilean Earthquake

## RESUMEN

Este trabajo contempla a la vez un propósito conceptual y otro de orden práctico. En lo conceptual se propone un modelo para comprender el funcionamiento de la televisión en escenarios de catástrofe y consecutivamente se sugiere, desde este modelo, un conjunto de derivaciones prácticas destinadas a optimizar la funcionalidad de la televisión en estos escenarios. El modelo propuesto concibe la intervención televisiva con una doble funcionalidad, una de carácter «autocéntrico» focalizada en su reproducción como empresa y otra de carácter «sociocéntrico» orientada a responder a los requerimientos surgidos en el escenario de la crisis. Este modelo será contrastado con los resultados de un estudio del Consejo Nacional de Televisión de Chile que indagó sobre el rol que asumió la televisión en el terremoto acaecido en Chile el año 2010. Según este estudio, si bien se valora el rol informativo y orientador de la televisión, la doble funcionalidad de su intervención fue percibida como problemática, con predominio de la funcionalidad autocéntrica que, desde una lógica de la espectacularidad, buscó construir audiencias, empleando una estrategia basada en la hiperactivación emocional. Finalmente, se concluye con una propuesta para conducir la televisión desde una intervención en la crisis hacia una efectiva intervención en crisis optimizando su funcionalidad sociocéntrica.

## ABSTRACT

This paper has two purposes: one conceptual and the other practical. On a conceptual level, it outlines a model for understanding how TV operates as a social mediator in the event of natural disasters, and at the practical level, it recommends measures that can be used to optimize the role of TV and its ideal social function in contexts of crisis. This model views TV intervention as both «self-centered», that is, driven by its reproduction as a media consumption company; and «socially-centered», designed to respond swiftly and accurately to the social requirements that emerge in crisis situations. The suggested model is to be contrasted with the results of a research study conducted by the National TV Council of Chile that explored the role of TV broadcasting after the earthquake in February 2010. According to the results of the study, audiences value the amount of information broadcasted by TV networks but perceive that the predominance of its «self-centered» function creates a problem: the logic of the 'spectacle' is prevalent and exacerbates the audience's emotions. The primary purpose of this paper is to develop a strategy to recommend how TV and its associate services can respond to a crisis situation while respecting the tragedy of natural disasters.

## PALABRAS CLAVE / KEYWORDS

Intervención, televisión, terremoto, audiencia, autocéntrico, sociocéntrico.  
Intervention, television, earthquake, audience, autocentric, sociocentric.

- ◆ María Dolores Souza Mayerholz es Jefa del Departamento de Estudios del Consejo Nacional de Televisión de Chile y directora del programa de televisión educativa Novasur en Chile (msouza@cntv.cl).
- ◆ Víctor Martínez Ravanal es Profesor del Departamento de Psicología de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Chile (vimartin@vtr.net).

## 1. Introducción

El 27 de febrero de 2010 tuvo lugar en Chile un terremoto y maremoto grado 8,8 en escala Richter –considerado como el quinto más importante en este tipo de evento– el cual dejó 521 víctimas fatales, 500 mil viviendas destruidas o con daño severo y alrededor de 2 millones de damnificados.

La televisión abierta jugó un rol de primera importancia, pero la forma en que cubrió este evento ha sido objeto de un fuerte debate en la opinión pública. Si bien se destacó su labor en términos de información sobre los hechos ocurridos, sobre las decisiones de las autoridades en los distintos momentos de la tragedia y su apoyo en la búsqueda de personas, ha sido a su vez cuestionada por el supuesto énfasis en los episodios más trágicos y violentos del terremoto.

El debate se vinculó a tres tópicos fundamentales: rol de la televisión ante una catástrofe natural; ética periodística respecto de la cobertura de catástrofes naturales; y efectos de recepción de las transmisiones televisivas en la opinión pública. Atendiendo a estas circunstancias, el Consejo Nacional de Televisión de Chile –en adelante CNTV– realizó un estudio destinado a conocer el rol asumido por la televisión en esta catástrofe (Consejo Nacional de Televisión, 2010).

En este contexto –y a partir de los resultados de este estudio– el propósito de este trabajo es presentar las bases de un modelo que permita por un lado, comprender la intervención de la televisión en escenarios de terremoto, y por otro, derivar elementos para que esta intervención sea más planificada, sistemática y pertinente.

Basados en una concepción dinámica de la realidad (que intenta superar el enfoque más pasivo y estático del análisis de percepciones) en este modelo conceptualizamos el accionar de la televisión como una intervención en los distintos escenarios configurados por el terremoto. Este componente interventivo de la televisión está ampliamente reconocido desde organismos como la OPS que han elaborado protocolos destinados a regular esta intervención y orientarla a la aminoración del impacto psicológico de la crisis, al respeto de la dignidad y autoestima de las personas y comunidades afectadas, a la promoción de la solidaridad y la cohesión social, entre otros (Organización Panamericana de la Salud, 2006).

La lógica de intervención de la televisión despliega una doble funcionalidad. Por un lado, la funcionalidad que denominaremos autocéntrica, y por otro, la funcionalidad sociocéntrica. Ambas funcionalidades se presentan asociadas en estrecha unidad en la lógica de intervención.

En su funcionalidad autocéntrica, la televisión, como empresa, se reproduce a sí misma fundamentalmente a través de la construcción de audiencias. En su funcionalidad sociocéntrica, la televisión está respondiendo a los múltiples y urgentes requerimientos planteados por los diferentes escenarios configurados por la crisis. Desde esta perspectiva, la televisión tiene la capacidad de actuar sobre sus audiencias, constituyéndose en un actor relevante en la configuración de la convulsionada convivencia generada por el terremoto. Esta capacidad de intervención está basada en su poder extensivo e intensivo. La televisión está presente en el 92,4 % de los hogares de los chilenos (Censo, 2002) con un promedio de 2,4 aparatos y un promedio de consumo de 2,5 horas diarias (Consejo Nacional de Televisión de Chile, 2008); de ahí su poder extensivo: omnipresente en el mundo de la vida de las personas interviene sobre las dinámicas propias de la convivencia. Desde su poder intensivo, la televisión actúa sobre las identidades, las emociones, la autoestima, la integración simbólica de las personas.

En su funcionalidad sociocéntrica –que es la que nos interesará prioritariamente en este texto– la televisión puede intervenir por lo menos de dos maneras. En primer lugar, aportando elementos importantes a las personas en la construcción de sus acciones en el campo inmediato y en el tiempo real de la crisis y en segundo lugar, en la configuración de sus modos habituales de reaccionar frente a estas situaciones, lo que resulta de gran importancia para los futuros escenarios de crisis que son bastante frecuentes en Chile.

Desde esta perspectiva «dinámico-accional» nos planteamos las siguientes preguntas: ¿Cómo la intervención televisiva contribuye a la construcción de las acciones «adaptativas» de las personas y al desarrollo de la convivencia en cada uno de los escenarios situacionales generados por la crisis (zona afectada, medianamente afectada, no afectada)? ¿Cómo reacciona la ciudadanía frente a esta intervención? ¿Cuáles fueron los aspectos positivos percibidos en la intervención y cuáles fueron los más cuestionados? ¿Qué intervención se esperaba de la televisión? Los datos y relatos para responder a estas interrogantes y, por tanto, para ir gradualmente construyendo y validando el modelo propuesto, serán tomados de los resultados del mencionado estudio realizado por el CNTV, cuyo diseño describiremos a continuación.

## 2. Metodología

En un primer momento realizaremos una sistematización de los principales resultados del estudio, para luego profundizar en su interpretación y derivar, desde

## METODOLOGÍA DE ESTUDIO

FUENTES			
Técnicas	Audiencias	Canales	Informantes clave
Grupos focales	6 grupos de padres con hijos entre 4 y 12 años de zonas afectadas, medianamente afectadas y no afectadas por el terremoto.		
Entrevistas			7 entrevistas a: periodistas en terreno, editores que trabajaron desde la capital, representantes del Colegio de Periodistas y del Consejo de Ética de los Medios.
Encuesta telefónica	Hombres y Mujeres, mayores de 18 años, de hogares urbanos, de zonas afectadas, medianamente afectadas y no afectadas por el terremoto. 1.000 casos (+/- 3,1% de error). Período muestral: realizado entre el 30 de abril y 12 de mayo de 2010.		
Análisis de contenidos		565 horas de transmisión continua de televisión abierta de canales que realizaron la cobertura del terremoto: TVN, Megavisión, Chile Visión, Canal 13. Período muestral: semana continua del sábado 27 de febrero al viernes 5 de marzo.	

allí, algunos lineamientos básicos para la elaboración del modelo buscado. El objetivo principal del estudio realizado fue conocer y describir el rol que asumió la televisión en esta catástrofe. Para ello empleó una metodología basada en una doble triangulación. Por un lado, entre técnicas cuantitativas (encuesta telefónica, análisis de contenidos de pantalla) y cualitativas (grupos focales y entrevistas); y por otro, entre fuentes diversas (personas de zonas afectadas, medianamente afectadas y no afectadas por el terremoto; contenidos de la pantalla, informantes clave).

### 3. Resultados

Los resultados serán presentados en función de dos categorías, a saber, la forma en que la televisión construyó su intervención y las reacciones de las audiencias.

#### 3.1. La intervención

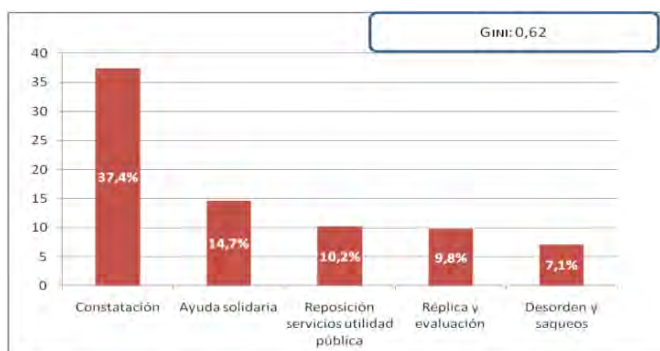
En la semana inmediatamente posterior al terremoto el 98% de la transmisión –en forma concentrada y continua– fue dedicada a tratar la catástrofe y sus consecuencias. El tiempo restante fue ocupado por películas y series. Basándonos en el análisis de pantalla, en esta sección, nos referiremos al formato más empleado en la cobertura, a los principales temas abordados y a su flujo, a los principales actores participantes y su flujo de aparición, y finalmente a los recursos televisivos que generaron mayor impacto emocional en las audiencias.

El formato más empleado en la transmisión televi-

siva del 27 de febrero al 5 de marzo fue el «informativo con desarrollo» (76,8%), donde el relato va acompañado de imágenes y el empleo de fuentes activas (reportajes, comentarios, entrevistas, vídeo aficionado y otros), seguido a mucha distancia por la «entrevista» (7,9%). La mayor parte de la transmisión fue con despliegue en terreno, pero el mayor porcentaje de imágenes transmitidas fue en diferido (65,9%); lo que de acuerdo al estudio denota que existió tiempo para decidir sobre la información que se presentó en pantalla. Las notas en diferido se concentraron el 1 de marzo, (recapitulación de las noticias emitidas), y el 3 de marzo (avances de las campañas de ayuda). ¿Cuáles fueron los principales temas tratados?

Como se aprecia en este gráfico, de los cinco temas más cubiertos durante la semana del terremoto (casi el 80% del tiempo total de los temas en pantalla),

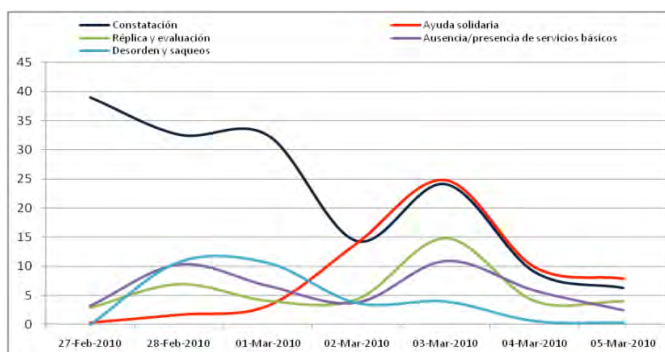
PRINCIPALES TEMAS ABORDADOS EN PANTALLA



de mayor frecuencia fue la «constatación de daños materiales y humanos». Para esta dimensión el coeficiente Gini calculado es de 0,62, confirmando una significativa concentración de temas. ¿Cómo evolucionó la presencia de estos temas durante la primera semana? En el gráfico de la siguiente página se observa una disminución pronunciada y sostenida del tema constatación de daños materiales y humanos y un incremento gradual del tema ayuda solidaria. Ambos temas disminuyen hacia el final de la semana.

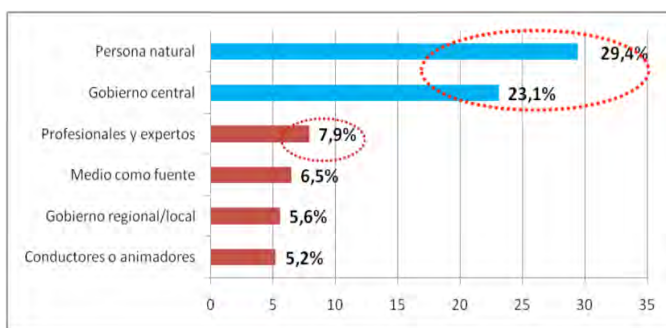
El tema de ausencia/presencia de servicios básicos se observa con dos puntos altos: durante el 28 de febrero y el 3 de marzo. El primero se refiere principal-

### EVOLUCIÓN DE LOS TEMAS EN LA PANTALLA



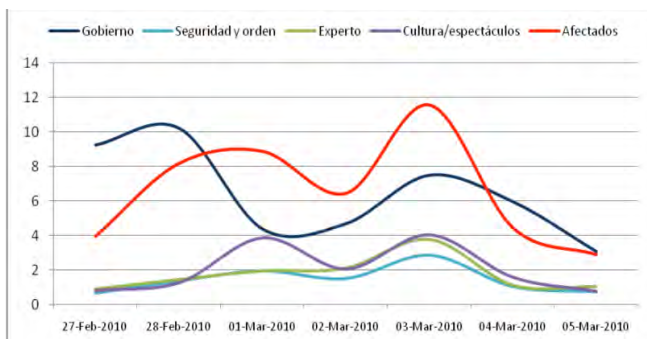
mente a la ausencia de servicios, mientras que el segundo informa sobre la reposición de servicios como agua potable, supermercados y electricidad. El tema desorden y saqueos obtuvo su punto más alto los primeros días, bajando considerablemente en los días

### ACTORES CON MÁS PRESENCIA DURANTE LA SEMANA



posteriores donde se posicionan temas como evaluación de daños y reposición de servicios. ¿Cuáles fueron los actores que participaron en el tratamiento de estos temas y cuál fue su tiempo de presencia en la pantalla? Como se observa en el gráfico, las personas

### EVOLUCIÓN DE LA PRESENCIA DE ACTORES EN LA PANTALLA



naturales y las fuentes del Gobierno central abarcan más de la mitad del tiempo destinado a fuentes de información (52.5%). Esta concentración (coeficiente de Gini 0,65) evidencia una forma de construcción de las notas periodísticas centrada en los testimonios y opiniones de las personas afectadas –las fuentes emocionales– más que en la información experta y de las autoridades de organismos locales.

¿Cómo evolucionó el flujo de la participación de los actores en la pantalla durante la primera semana del terremoto?

La gráfica muestra un fuerte cambio en la presencia de los actores institucionales (gobierno central, regional y local) en relación con los afectados, como fuente de información. Mientras que los primeros marcan los contenidos de la televisión durante los primeros dos días, los afectados suben su presencia en el transcurso de la semana, logrando su punto más alto el 3 de marzo. En varias ocasiones los equipos de los medios de comunicación llegaron al campo mismo de los hechos antes que las autoridades y los equipos de rescate de la capital, siendo objeto de demandas urgentes de ayuda de parte de las personas afectadas, demandas para las cuales estos equipos, por un lado, no estaban preparados, y por otro, no estaban contempladas en sus tareas. Un aspecto importante de la intervención televisiva está referido al impacto que tuvo sobre la emocionalidad de las audiencias. Según el análisis de pantalla, los recursos empleados por la televisión que generaron mayor impacto emocional se reflejan en el gráfico.

El uso sistemático de estos recursos, como se observa en la tabla de la página siguiente, denota un énfasis en la construcción dramática de la noticia.

### 3.2. ¿Cómo reaccionaron las audiencias a la intervención?

Tomando como referencia la encuesta y los grupos focales, en esta sección abordaremos por un lado, los aspectos más críticos de la intervención televisiva, a saber, el impacto emocional sobre los niños(as), el modo de abordar los saqueos, el sensacionalismo<sup>1</sup>, la lógica invasiva de la privacidad y la falta de información ex-

plicativa y, por otro, los aspectos más valorados de la misma. El 56% de las personas vio más televisión que lo habitual. Solo un 18% declara haber visto menos televisión en los días posteriores al terremoto. Según la encuesta, las imágenes de destrucción y devastación general (40%), devastación costera (39%), sufrimiento de las personas afectadas (8%) y de saqueo (6%) fueron las que más impactaron a las audiencias. En cambio, en la pieza cualitativa del estudio fueron las imágenes de saqueo las que más impresionaron a los entrevistados, independientemente del grupo socioeconómico y la ciudad en la que se habita. ¿Qué

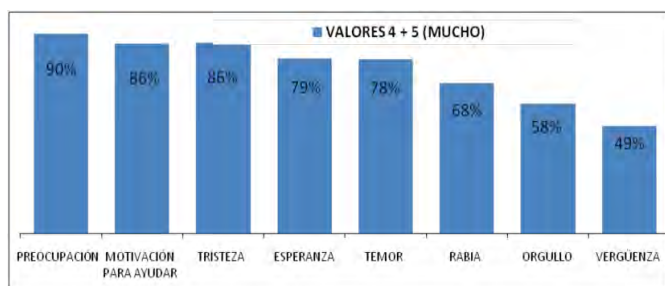
### RECURSOS QUE GENERAN IMPACTO EMOCIONAL

RECURSOS	
Reiteración de imágenes.	44,2%
Uso de primeros planos que enfatizan el dolor.	39,2%
Presencia excesiva de adjetivaciones en los relatos.	35,6%
Uso de banda sonora o musicalización (ejemplo, La Lista de Schindler).	31,7%
Presencia de audio real que incluye expresiones de dolor y conmoción (gritos, llanto).	20,2%
Intromisión agresiva en la privacidad de las fuentes.	6,3%
Tratamiento irrespetuoso, indolente de personas o grupos socialmente más vulnerables (damnificados, familiares de muertos o desaparecidos, personas de segmentos más desposeídos).	6,1%

mente reacciones de sorpresa y vergüenza. La sorpresa se asoció al carácter imprevisto (no son solo delincuentes quienes actúan) e incomprensible –desde una perspectiva moral– de estas acciones. La vergüenza quedó asociada a la pérdida de capital simbólico del país, a un quiebre de la autoestima y a una pérdida significativa de la cohesión comunitaria.

La crítica al sensacionalismo –donde predomina la construcción dramática de la noticia por sobre su componente informativo– fue un tema transversal en el discurso de los entrevistados, que estiman que aquí hubo «exageración», «exceso» y «manipulación» destinados a obtener un mayor «rating» en el contexto de competencia entre los distintos canales que cubrieron la catástrofe. La reiteración excesiva de imágenes fuertes y de gran intensidad emocional fue uno de los recursos de la

### EMOCIONES ACTIVADAS POR LA TELEVISIÓN



reacciones emocionales activaron estas imágenes?

Según el gráfico, las reacciones emocionales activadas se situaron desde la preocupación (90%) hasta la vergüenza (49%), pasando por la motivación para ayudar (86%), la tristeza (86%), la esperanza (79%), el temor (78%), la rabia (68%) y el orgullo (58%). Es en este plano donde se cuestiona más intensamente la intervención televisiva, especialmente cuando se trata de los niños que –según la encuesta– en un 68% de los casos siguieron la cobertura televisiva de la catástrofe.

Según la pieza cualitativa, la población infantil habría experimentado reacciones recurrentes de angustia, inseguridad, pesadillas, miedo a estar solo, reducción del sueño y temor a visitar algunos lugares, como la playa en el caso de Iquique (ciudad costera en zona no afectada del país). Se habría configurado una situación de saturación emocional frente a la cual los padres regularon el consumo de televisión de sus hijos y desplegaron una enérgica crítica a los canales por los fuertes contenidos transmitidos en horarios de todo espectador y la ausencia en la programación de géneros que permitieran la distensión de los niños y de las mismas familias.

Las imágenes de saqueo gatillaron fundamental-

la construcción televisiva que tuvo mayor visibilidad para las audiencias (81% de las personas consultadas lo señalan). Esta crítica de las audiencias al «sensacionalismo» se viene repitiendo con una notable regularidad (59%) en la encuesta trianual que realiza el CNTV (Consejo Nacional de Televisión de Chile, 2008).

En el mismo registro, los televidentes experimentan la incómoda sensación de que introducir personajes de la farándula<sup>2</sup> en la cobertura televisiva del terremoto implicó por un lado, desmerecer la gravedad de la situación y el sentido trágico de los sucesos, y por otro, atentar contra la dignidad y el respeto de las personas que están viviendo en sus propios cuerpos y pertenencias la dura realidad de la catástrofe. Una vez más, se asocia esta práctica a una búsqueda (inescrupulosa) del «rating».

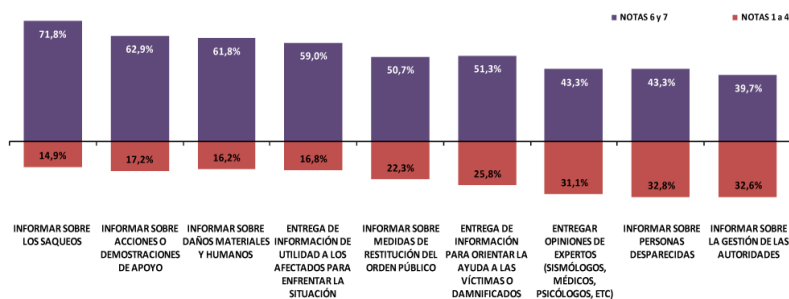
Otro de los aspectos cuestionados en la intervención televisiva fue la lógica invasiva de la intimidad con el uso reiterado de las fuentes emocionales de la información, motivado por una búsqueda artificiosa de noticia, sin respeto por los ritmos del entrevistado, su dignidad y su derecho a la privacidad

Para los periodistas consultados una debilidad manifiesta en la intervención televisiva fue el predominio

de un discurso prioritariamente descriptivo de los hechos en detrimento de la «información explicativa»: el periodismo debe ser didáctico. Desde su perspectiva, esta debilidad es particularmente crítica en un contexto en que las personas tienden a ser «emocionalidad pura» y requieren de elementos que les ayuden a enfrentar la situación con una cierta racionalidad.

¿Qué fue lo más valorado por los televidentes? El aspecto más valorado por las audiencias fue la información entregada que les permitió conformarse una visión muy completa de lo acaecido y –dependiendo de los distintos escenarios y distancias en que se encontraban– elaborar con elementos más concretos las acciones a desplegar en la situación. Las personas consultadas consideran que, en general, la televisión lo hizo bien en su cobertura informativa sobre los aspectos relevantes de la catástrofe, entregando información de utilidad en la situación.

#### EVALUACIÓN DEL ROL INFORMATIVO DE LA TELEVISIÓN



Se considera a su vez que la televisión fue más bien eficaz en presentar testimonios de las víctimas (62,7%), en dar esperanza (51,4%) y tranquilizar a las personas (43,7%). La intervención televisiva habría tenido, además, un efecto tranquilizador y esperanzador, cumpliendo, no pocas veces, funciones de compañía y de facilitación de la convivencia.

¿Qué se esperaba de la televisión? Para las audiencias –especialmente aquellas situadas en el escenario mismo de la crisis– la televisión no respondió adecuadamente a las necesidades más situacionales y urgentes generadas en el escenario de la catástrofe. De hecho, se reclamaba de la televisión un rol propio de un servicio de utilidad pública: apoyo personalizado, ayuda instrumental, orientaciones prácticas. Su intervención fue percibida más informativa que orientadora, más universalista que local, más distante que cercana y obedeciendo, en muchas ocasiones, a otros intereses prioritarios que los de la ciudadanía, a diferencia de las radios que prestaron servicios de utilidad prácti-

ca efectiva, constituyéndose en un medio mucho más situacional y cercano a las dinámicas locales, de fácil acceso a las demandas inmediatas de las personas y comunidades afectadas. Finalmente, se asigna a la televisión un rol relevante en la reconstrucción (según el 95% de los entrevistados) que involucra entre otras actividades «fiscalizar el cumplimiento de los programas de reconstrucción» (40%), «organizar, apoyar o difundir campañas de ayuda» (29%) y «mostrar logros y avances de la reconstrucción» (24%).

#### 4. Discusión

La tesis principal del modelo propuesto concibe el rol de la televisión como una intervención que, yendo más allá de lo meramente informativo, tiene un impacto real sobre las personas. La televisión interviene, por decirlo así, «campalmente» en el escenario de la catástrofe; si bien actúa individualmente sobre las personas, interviene en lo que tienen en común, en su convivencia, en su entramado accional, en su emocionalidad compartida, en sus estructuras de apoyo, en su capital simbólico, en la comprensión colectiva de la situación, en sus sentimientos de pertenencia y sentido psicológico de comunidad.

La televisión interviene campalmente desde una doble funcionalidad, una de orden autocéntrico y otra de orden sociocéntrico. Ambas funcionalidades constituyen momentos indisolubles de un mismo proceso interventivo. Ahora bien, esta doble funcionalidad es percibida como problemática por los actores consultados en el estudio. Allí donde la televisión –en una lógica autocéntrica– antepone sus propios fines relacionados con la construcción de audiencias, su intervención genera problemas para los televidentes. Pero allí donde ella –en una lógica sociocéntrica– orienta prioritariamente su intervención en función de las necesidades vitales y urgentes de las personas y comunidades afectadas, su presencia se torna imprescindible para la configuración de las acciones adaptativas y la gestión de la convivencia en ese escenario.

Desde el lenguaje de Zubiri (2004: 197-207) postulamos que la televisión propone a sus televidentes un campo perceptivo de la catástrofe organizado principalmente a partir de la «lógica de la espectacularidad», desde la que configura su horizonte, los primeros pla-

nos, el trasfondo y su periferia. El terremoto generó un escenario espectacular, con edificios que se desplomaban, el mar invadiendo las ciudades costeras, barcos transportados a la plaza central de los pueblos, víctimas fatales, personas en estado de profundo sufrimiento y activación emocional. Esta espectacularidad –asociada a una trama de alta incertidumbre– constituyó una ocasión imperdible para la televisión: tenía ante sí un «reality real» de costo cero que, de hecho, supo aprovechar eficazmente.

Dentro de este contexto, uno de los sucesos más «espectaculares» fueron los saqueos. Lo espectacular aquí es la pérdida de comunidad, el desplome de la cohesión social, la ruptura abrupta del curso habitual de la vida, que como todo aquello que bloquea la norma moviliza intensamente los afectos (Tétu, 2004: 16). Esta estrategia televisiva habría tenido como efecto fomentar la desconfianza comunitaria, confinando aún más comunidades que ya estaban cerradas, dándole una clausura agresiva, violenta y amenazante. Paradójicamente, la televisión habría producido cohesión social en sus audiencias, precisamente, en torno a la falla en la cohesión social comunitaria durante el terremoto, explotando aquí –desde una visión muy hobbesiana– el fantasma de la pérdida de comunidad, del hombre lanzado contra el hombre y los supermercados, del terror arcano del hombre a la inseguridad y el desorden, del hombre como lobo del hombre (*Homo homini lupus*) (Espósito, 2007: 55-58).

En la cobertura de estos sucesos «espectaculares» el periodista tiende muchas veces a confundirse con el animador, y las audiencias no logran diferenciar lo que es solidaridad colectiva de la promoción de la imagen de marca del medio. En esta puesta espectacular del mundo –en que el terremoto se confunde con la puesta en escena, el periodista con el animador y la información con la entretenimiento– el televidente pasa a ser un mero espectador y la información un puro espectáculo (Mathien, 1993).

Los televidentes identifican con mucha claridad la estrategia de movilización emocional utilizada por la televisión para sus fines de construcción de audiencias.

Esta movilización –fundamentalmente de tonalidad negativa– operó sobre una superficie psicoemocional ya hiperactivada por los sucesos reales del terremoto generando así riesgo de saturación emocional, especialmente en la población infantil. La transmisión en directo desde el lugar y en tiempo real –modalidad preferida de la televisión para mostrar eventos catastróficos– contribuyó en gran medida a esta hiperactivación. Esta modalidad de transmisión ha sido en general muy criticada, entre otras cosas, porque ofrece una distancia mínima en relación al suceso transmitido. Es

**La televisión debe contribuir a la contención emocional de las personas afectadas y al desarrollo de sentimientos de seguridad, autoconfianza y tranquilidad que aminoren el impacto psicológico de la crisis, posibilitando a las personas actuar desde un capital emocional más sólido. Todo ello implica evitar el funcionamiento, basado en la lógica de la espectacularidad, el deslizamiento hacia el sensacionalismo, la hiperactivación emocional y el uso sistemático de las fuentes emocionales de la noticia.**

precisamente esta característica que hace de la transmisión en directo un campo propicio para la movilización emocional intensa, puesto que deja un gran espacio a lo imprevisto, presentando la realidad del suceso abierta a múltiples y dramáticos desenlaces que van a resolverse en tiempo real a la vista de los televidentes. Según Tétu, esta modalidad de presentación de un suceso transfiere al televidente la tarea y la responsabilidad de interpretar la acción que se está desarrollando frente a sus ojos (Tétu, 2004). Desde la perspectiva de Mathien, «en una lógica de explotación mediática de sucesos reales, el escenario de los directos en el lugar mismo de una catástrofe no difiere prácticamente en nada en su forma de la transmisión de un espectáculo» (Mathien, 1993: 67).

Pero, a su vez, el fuerte impacto generado por las imágenes de destrucción y desolación –unidos a la imposibilidad para el televidente de actuar inmediatamente en el espacio mismo de la catástrofe y a la emoción insoportable de quedar impasible frente al dolor

ajeno— activan gestos solidarios de todo tipo en los telespectadores, contribuyendo así a la instalación de múltiples dispositivos de ayuda (Tétu, 2004:13).

El estudio perfila un televidente crítico y proactivo, con capacidad para visibilizar la lógica de la intervención televisiva, anticipando y reconociendo los objetivos perseguidos por ella, y que, en sus campos propios de acción y control, generan prácticas de autorregulación, destinadas a la protección de la salud mental de sus hijos, previniendo así la emergencia de emociones de intensa carga negativa. Se configura así un modo de enfrentamiento de relativa autonomía frente a la intervención televisiva, lo que puede ser muy relevante para una política de educación de medios en este ámbito.

La televisión interviene, pero su intervención no es planificada. Los resultados de este estudio permiten derivar algunos elementos operativos para el diseño de una intervención planificada, sistemática y pertinente de la televisión en este tipo de catástrofe. Durante la catástrofe, la televisión debiera mantener como eje dominante de su intervención la funcionalidad sociocéntrica a la que, por tanto, quedaría supeditada la funcionalidad autocéntrica.

En un plano más operativo debiera integrarse a un plan local y nacional de intervención en crisis que coordine y articule instituciones, organizaciones sociales y comunidades en torno a las siguientes líneas generales:

- Respeto a la dignidad y derechos de las personas afectadas.
- Apoyo constructivo al desarrollo de acciones adaptativas: un aspecto central de la intervención hecha por la televisión es mantener a la población informada acerca de lo ocurrido (constatando los daños materiales y humanos producidos) y de la evolución de los hechos. Esto posibilita a las personas tomar las mejores decisiones posibles en la elaboración de sus acciones.
- Muy asociado a lo anterior, la televisión debe contribuir a la contención emocional de las personas afectadas y al desarrollo de sentimientos de seguridad, autoconfianza y tranquilidad que aminoren el impacto psicológico de la crisis, posibilitando a las personas actuar desde un capital emocional más sólido. Todo ello implica evitar el funcionamiento, basado en la lógica de la espectacularidad, el deslizamiento hacia el sensacionalismo, la hiperactivación emocional y el uso sistemático de las fuentes emocionales de la noticia.
- La televisión debe contribuir en todo momento a una adecuada (re)articulación institucional-comunitaria en el escenario de la crisis, evitando las tensiones innecesarias y fortaleciendo la confianza de la comuni-

dad en las instituciones y organismos que prestan apoyo.

- La intervención debe activar y resguardar el soporte comunitario como fuente de seguridad, apoyo, estabilidad y pertenencia para las personas, contribuyendo así al fortalecimiento del sentido psicológico de comunidad.
- La televisión debe jugar un rol crucial en la reconstitución del capital simbólico nacional y en la recuperación de la cohesión social.
- Debiera cumplir a su vez funciones propias de un canal de servicio público facilitando las campañas de ayuda y de búsqueda de personas, la información sobre el funcionamiento de los servicios básicos y la entrega de información especializada, a cargo de expertos para una mejor comprensión del fenómeno.
- Todo lo anterior implica incluir en la formación y preparación de profesionales de la comunicación contenidos relativos a la educación de medios, modelos de intervención en crisis y trabajo en red con organismos institucionales y comunitarios.
- La idea clave es que la televisión pase de una intervención en la crisis con dominancia de la funcionalidad autocéntrica —que puede conllevar los riesgos analizados en este trabajo— a una efectiva intervención en crisis con dominancia de la funcionalidad sociocéntrica que ponga al servicio de la comunidad todo su potencial constructivo.

## Notas

<sup>1</sup> Tendencia de los medios de comunicación a la exacerbación o abuso de la emoción con el objetivo de impactar a la audiencia.

<sup>2</sup> Se denomina «farándula» a los programas con o sobre los «famosos».

## Referencias

- CONSEJO NACIONAL DE TELEVISIÓN DE CHILE (2008). *VI Encuesta Nacional de Televisión* ([www.cntv.cl](http://www.cntv.cl)). ([www.cntv.cl/medios/Publicaciones/2009/VI\\_Encuesta\\_Nacional\\_TV.pdf](http://www.cntv.cl/medios/Publicaciones/2009/VI_Encuesta_Nacional_TV.pdf)) (09-09-2010).
- CONSEJO NACIONAL DE TELEVISIÓN DE CHILE (2010). *Cobertura televisiva del terremoto. La catástrofe vista a través de la pantalla, la audiencia y la industria*. Santiago de Chile. ([www.cntv.cl/medios/Publicaciones/TerremotoInformeCoberturaTelevisiva.pdf](http://www.cntv.cl/medios/Publicaciones/TerremotoInformeCoberturaTelevisiva.pdf)) (09-09-2010).
- ESPÓSITO, R. (2007). *Communitas*. Buenos Aires: Amorrortu.
- MATHIEN, M. (1993). De la raison d'être du journaliste. *Communication et Langages*, 8 (1); 62-75 ([www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/colan\\_0336-1500\\_1993\\_num\\_98\\_1](http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/colan_0336-1500_1993_num_98_1)) (09-09-2010).
- ORGANIZACIÓN PANAMERICANA DE LA SALUD (2006). *Guía práctica de salud mental en situaciones de desastres*. Washington: Organización Panamericana de la Salud.
- TÉTU, J.F. (2004). *L'émotion dans les médias: dispositifs, formes et figures*. Obtenido de *Mots. Les langages du politique* (<http://mots.revues.org/index2843.html>) (09-09-2010).
- ZUBIRI, X. (2004). *Inteligencia sentiente*. Madrid: Tecnos.