



Facultad de
**Información y
Comunicación**



**UNIVERSIDAD
DE LA REPÚBLICA
URUGUAY**

Maestría en Información y Comunicación

Tesis para defender el título de la Maestría en
Información y Comunicación

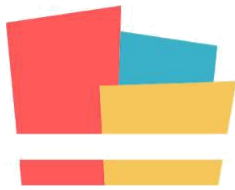
Recreaciones de las narrativas de los informativos de televisión de canal abierto de Montevideo.

Autor/a: Lic. Natalia Bolaña Caballero

Director de tesis: Dr. Eduardo Álvarez Pedrosian

Montevideo-Uruguay

Mayo del 2019



Facultad de
**Información y
Comunicación**



**UNIVERSIDAD
DE LA REPÚBLICA
URUGUAY**

El Tribunal docente integrado por los abajo firmantes, aprueba la Tesis:

“Recreaciones de las narrativas de los informativos de televisión de canal abierto de Montevideo”

Tesista: Lic. Natalia Bolaña Caballero

Maestría en Información y Comunicación

Fallo:

Tribunal:

Profesor/a:

Profesor/a:

Profesor/a:

Agradecimientos

A los motores más potentes de mi existencia: Inoel y Camilo, quienes me impulsan y me cobijan.

A mis padres, por hacerme lo que soy.

A mi hermana y su familia por el apoyo que significan para mí y la confianza que tienen en mi tarea.

A mis compañeras y compañeros de la FIC, el equipo de Psicología Social, de Teoría de la Comunicación y del Labtee quienes con sus aportes enriquecieron este trabajo.

A Meche, colega, amiga y compañera de largas horas de arduo trabajo.

A Eduardo que me acompañó e impulsó con mucha calidez.

A todas y todos los que participaron de los grupos de discusión, sin ellas y ellos este trabajo no podría haberse concretado.

Resumen

En esta investigación indagamos el vínculo entre los informativos de televisión y su recepción. Nos enfocamos en conocer cómo las narrativas de los informativos de televisión de canales abiertos de Montevideo contribuyen en los televidentes, cómo son las prácticas informacionales, qué aspectos están involucrados en su selección, y cuáles son las resonancias y narrativas que se producen a partir del uso del informativo de televisión.

Abordamos los procesos de subjetivación concebidos como recreaciones permanentes de los modos de ser y hacer en interacción -actualmente muy mediada por artefactos tecnológicos-, con los otros. Los mensajes de los medios de comunicación son uno de los componentes que constituyen los procesos de subjetivación. Su influencia no es lineal ya que la narrativa de los informativos se decodifica en la recepción desde referencias y experiencias previas, así como desde los usos y formas de ver, y el cruzamiento con otras pantallas y discursos.

El tema toma relevancia al considerar que el informativo de televisión conserva un espacio preponderante en la vida cotidiana de los montevideanos. Cuantitativamente, estudios de audiencia y consumo cultural dan cuenta que las generaciones mayores de 50 años, de niveles educativos medios y bajos, conservan el uso de la televisión para ver las noticias. Sin embargo, se observan transformaciones en los más jóvenes que usan otras pantallas para informarse. Tomando en cuenta estas prácticas divergentes, ambos subgrupos -mayores de edad y jóvenes que miran informativos de televisión de canales abiertos de Montevideo, viven en la ciudad capital y tienen niveles educativos medios-, son analizados en este estudio. Para ello se diseñó una metodología cualitativa que experimenta desde la etnografía, propiciando el visionado del informativo y motivando instancias de intercambio. Esto nos permitió conocer la experiencia de esos grupos, la contribución del informativo de televisión y otras prácticas informacionales en su quehacer cotidiano, las conversaciones que se producen y el significado que se le otorga. Asimismo, la investigación es un aporte a la producción de conocimientos sobre las contribuciones de los informativos a los procesos de subjetivación.

Palabras claves: (1) Informativos de televisión, (2) procesos de subjetivación, (3) usos y costumbres informacionales, (4) recepción, (5) televisión.

Abstract

In this investigation we inquire about the connection between television news and their reception. Our focus is to understand how the local Montevideo television news narratives contribute to the viewers, how are the news practices, what aspects are involved in their selection and which are the repercussions and narratives that are produced from the television news usage.

We approach subjectivity processes as permanent recreations of ways of being and interacting with others and which are currently very mediated through technological devices. Mass media messages constitute one of the components of the subjectivity processes. Their influence is not straightforward since news narrative are decoded by the receivers based on their previous references and experiences as well as different ways of observing and using, and the interception of other discourses and devices.

Television news is a relevant topic when we take into account the leading place it holds in everyday life for the people of Montevideo. Quantitative audience studies and cultural consume reports tell us that generations above the age of 50, belonging to middle and low educational levels, mainly view television news. Nevertheless, we observe changes in young people who use other devices to inform themselves. Taking into account these divergent practices; adults and young people who watch local Montevideo newscasts, live in the capital city and belong to middle educational levels, are analyzed in this study. A qualitative methodology and experiments from ethnography have been designed, promoting the newscast vision and motivating exchange instances. This allowed us to know these group experiences, television newscast contribution practices and other report in their everyday practice, the conversations and the meaning they are given. Furthermore, this investigation adds knowledge regarding television newscasts contributions and the subjectivity processes.

Key word: (1) Television news, (2) subjectivity processes, (3) news customs and usage, (4) reception, (5) television.

Tabla de contenidos	
<i>INTRODUCCIÓN</i>	8
 <i>CAPÍTULO I</i>	
Herramientas teóricas y fundamentación	16
1.1 Comunicación masiva en la construcción de subjetividad	16
1.2 La televisión y sus narrativas	20
1.3 La televisión en el Uruguay	24
1.4 Los informativos televisivos en Montevideo	29
 <i>CAPÍTULO II</i>	
Antecedentes	35
2.1 Desde la teoría de los efectos	35
2.2 Desde la teoría de la recepción	38
2.3 Medios, comunicación y cultura	41
 <i>CAPÍTULO III</i>	
La interacción entre informativos de televisión y participantes, lineamientos y especificidades del abordaje	44
3.1 La perspectiva etnográfica para los estudios en comunicación	44
3.2 El diseño de la investigación y sus delimitaciones	47
3.3 Visionado y dispositivos grupales	51
 <i>CAPÍTULO IV</i>	
Análisis	55
4.1 Narrativas de los informativos de televisión	55
4.1.a La inmediatez de la experiencia	56
4.1.b El voyeurismo y su potencialidad	64
4.1.c El drama y sus protagonistas	70
4.1.d Hibridación mediática	76

4.2 Esa instancia en la que siento que me informo	87
4.2.a Las prácticas informacionales atravesadas por los ritmos de vida	87
4.2.b. El informativo de televisión: la “ronda de mate” transgeneracional	94
4.2.c. Noticias a la carta	101
4.3 El devenir de la interacción	109
4.3.a Del gesto del <i>zapping</i> al linkeado	109
4.3.b En vivo y en directo nos narramos	117
4.3.c Entre lo que somos y lo que nos cuentan	123
<i>CAPÍTULO V</i>	131
Conclusiones	131
VI. Referencias Bibliográficas	139

INTRODUCCIÓN

Motivan este trabajo las experiencias personales vividas en relación al vínculo con la televisión y la información de los noticieros de televisión. Es una vivencia cotidiana percibir en espacios de socialización conversaciones e intercambios sobre las noticias de los informativos de televisión. Por estas razones comenzamos suponiendo que aun en tiempos de nuevas tecnologías, el medio televisivo de canal abierto es referente de información. Aunque no consumamos asiduamente los noticieros somos partícipes de sus ecos a través de conversaciones con otros.

Al mismo tiempo nos preguntamos si las emisiones de los noticieros, así como el intercambio cotidiano, producen algún efecto sobre las personas. A partir de aquí conjeturamos, por ejemplo, que las noticias sobre seguridad podrían producir miedo y que esto redundaría en acciones concretas como la de evitar salir del hogar. Estas interrogantes y sus conjeturas fueron el disparador de este trabajo, que busca responder a la pregunta que si los mensajes emitidos por los informativos de televisión tienen algún efecto en las prácticas sociales concretas.

A partir de las vivencias e inquietudes expuestas partimos de la hipótesis de que las narrativas de los informativos de televisión de canal abierto de Montevideo y los usos y costumbres que tienen las personas para informarse se acoplan e influyen en la subjetividad, es decir, en sus modos de ser, de interactuar y de hacer en la vida cotidiana.

De esta forma nos propusimos como objetivo general investigar las prácticas informacionales vinculadas a las narrativas de los informativos de televisión de horario central de canal abierto de Montevideo y sus efectos en los receptores. Los perfiles de audiencia seleccionados obedecen, como veremos más adelante, a niveles educativos medios, tanto de 50 años en adelante como de jóvenes entre 15 y 25 años de edad.

A partir de este primer objetivo general, nos propusimos los siguientes objetivos específicos:

- Analizar las narrativas de los informativos de televisión de horario central de canal abierto de Montevideo a la luz de los efectos que generan en la interacción con los receptores.
- Conocer las prácticas informacionales y qué aspectos entran en juego en la selección y realización de las mismas por parte de los televidentes.

- Dilucidar y analizar las resonancias, los intercambios y discursos que se producen en relación y a punto de partida del informativo de televisión.

Para indagar sobre esta cuestión nos preguntamos:

- ¿Cuáles y cómo son las narrativas de los noticieros de televisión de canal abierto de Montevideo, desde el impacto que podemos reconocer a su vez desde las narrativas de los televidentes?
- ¿A qué responde mirar el informativo de televisión?, ¿qué usos y costumbres habilita el informativo de televisión en nuestro contexto?
- ¿Cuáles son los flujos de comunicación que se accionan y a partir de qué narrativas de los informativos?
- ¿Qué lugar en la vida cotidiana y en interacción con otros medios de comunicación se le otorga a los informativos?

A continuación realizaremos una síntesis introductoria de cada uno de los capítulos que conforman este trabajo. Es necesario aclarar que para la elaboración de este producto se propuso cada capítulo como una instancia abierta. Esto implicó tomar como eje de cada apartado las clasificaciones esperadas haciendo especial énfasis en la articulación entre capítulos. De esta forma tratamos de ser coherentes con nuestra propuesta epistemológica, haciendo explícito en el diseño de este trabajo la construcción conectiva y asociativa del saber.

En el capítulo I, presentamos las herramientas teóricas a partir de las cuales construimos el punto de vista desde donde miramos el fenómeno de la comunicación y fundamentamos nuestro objeto de estudio.

En los dos primeros apartados (1.1 y 1.2) desarrollamos el marco teórico. Aquí las llamamos herramientas teóricas o plataforma teórica porque es a partir de estas teorías que reflexionamos sobre el fenómeno, diseñamos nuestra metodología de abordaje y armamos las categorías de análisis. Son una plataforma porque nos lanzan a pensar el

fenómeno pero no nos encasillan, ya que el análisis desarrollado posteriormente no se agotará en los autores y teorías presentadas sino que también se interpretarán los datos a la luz de otras aportaciones teóricas afines.

En el primer apartado (1.1) titulado *Comunicaciones masivas en la construcción de subjetividad*, presentamos el vínculo entre comunicación y subjetividad de la mano de los autores Omar Rincón, Félix Guattari, Gilles Deleuze y Mijail Bajtín. Esta visión teórica nos permite ubicarnos en una perspectiva epistemológica desde la que consideramos que la construcción del conocimiento es dada por una diversidad de factores. Esta perspectiva presenta la importancia de la imagen, el sonido, lo emocional, lo afectivo, lo discursivo jugando al mismo nivel en la construcción de la subjetividad. Es así que el rol que juega el logos ofrecido a través del discurso lingüístico y la oralidad razonada, no es el único tenido en cuenta. Sí reconocemos su importancia y preponderancia en la construcción del pensamiento y de los procesos de subjetivación. Pero desde esta perspectiva, los factores de la imagen, el sonido, lo emocional y lo afectivo que se encuentran fuera de la lógica discursiva -en términos lingüísticos-cobran relevancia en la medida que crean el ambiente y son los que disponen que el discurso tenga cabida. De esta forma, la comunicación concebida como puesta en común es la instancia en la que se atraviesa lo discursivo, las imágenes y sonidos, las prácticas informativas (experiencias de visionado informativo y más) y todas las emociones y afectos que se amalgaman, y producen efecto sobre la subjetividad. Esto es lo que Félix Guattari (1996) llama el nuevo paradigma estético y es desde esta concepción que nos proponemos estudiar las narrativas de los noticieros de televisión y su contribución a los procesos de subjetivación.

En el apartado (1.2) *La televisión y sus narrativas* acotamos la cuestión de la comunicación masiva al medio televisivo y reflexionamos a partir de investigaciones

que provienen de los estudios Culturales anglosajones con David Morley y los latinoamericanos con Omar Rincón y Jesús Martín Barbero. Exponemos sus aportes a los estudios sobre la comunicación y la recepción donde introducen una mirada de la complejidad, cuestionan la linealidad del esquema clásico de comunicación e integran el problema de la cultura y la construcción de sentido de las prácticas sociales. También aportan elementos para pensar el impacto de la televisión en la recepción y consideran las formas de mirar e informarse como una práctica que adquiere sentido social.

Para finalizar este primer capítulo, en los apartados 1.3: *La televisión en Uruguay* y 1.4: *Los noticieros de televisión en Montevideo* presentamos la fundamentación de nuestro objeto de estudio en el contexto montevideano. Aquí damos cuenta de la situación de la televisión en el Uruguay y exponemos la relevancia del fenómeno para su investigación. Para eso se realiza una breve síntesis de la historia de la televisión en el Uruguay tomando en cuenta los aspectos económicos, políticos, culturales y sociales que permitieron su desarrollo. También se presentan estudios realizados sobre los informativos de televisión y su consumo con lo que fundamentamos el recorte del fenómeno a investigar. Los mencionados estudios sobre consumo y comportamiento cultural en el Uruguay publicados en 2009 y 2014 develan la masividad que aún conserva la televisión a nivel de información en los estratos bajos y medios educativos y en las edades adultas. Además, expresan las transformaciones que la juventud está experimentando con el acceso a las nuevas tecnologías de la información y comunicación digitales (Dominzain, 2009 y 2014). Estos datos fueron importantes para decidir la población a la que abocamos nuestra investigación, adultos mayores de 50 años y jóvenes entre 15 y 25 años.

En el capítulo II presentamos los antecedentes, desde los más clásicos a los más actuales de los estudios sobre televisión, haciendo foco en los informativos. Los presentamos en

tres apartados que diseñamos a partir de una clasificación (sin pretender totalizar los postulados) según sus perspectivas de abordaje. El primer apartado hace referencia a los efectos de los medios masivos destacando los antecedentes que vienen desde la sociología; en el segundo apartado mencionamos los estudios sobre recepción donde se destaca la interacción e interpretación de los mensajes, y por último los estudios en comunicación donde son consideradas todas las instancias que conforman la comunicación, como la producción, circulación y consumo, haciendo énfasis en la cultura y el contexto de las prácticas sociales.

El capítulo III titulado *La interacción entre informativos de televisión y participantes, lineamientos y especificidades del abordaje*. En el primer apartado titulado: *La perspectiva etnográfica para los estudios en comunicación* se realiza una breve presentación de los aportes de la etnografía para la investigación en comunicación y desarrollamos la perspectiva específica centrada en la exploración etnográfica de los procesos de subjetivación. A partir de ella diseñamos la metodología de abordaje y especificamos el recorte del campo que tomamos para estudiar.

Nos proponemos realizar una investigación cualitativa con la que buscamos conocer y entender la red de significados y otros elementos de “a-significantes” (Deleuze y Guattari, 2002) que hacen posible y sustentan la recepción de los noticieros de televisión, y de aquí su efecto sobre la subjetividad. Esa red es la que analizamos contribuyendo al conocimiento sobre los procesos de subjetivación y a la ciencia interpretativa al relevar significaciones culturales (Geertz, 2003, p.20). De esta forma nuestro trabajo será el de describir e interpretar llevando adelante un análisis contextual, hermenéutico donde el material considerado como datos (los enunciados de los grupos y las narrativas de los informativos de televisión) remite al contexto en el que se emitieron para de esta forma poder entender correctamente el mensaje.

La propuesta asume una perspectiva etnográfica, (esto implica adquirir el punto de vista etnográfico) pero no se propone realizar una investigación etnográfica clásica. Nos planteamos experimentar con metodologías que tienen perspectiva etnográfica. Esto implica hacer el ejercicio del extrañamiento: asombrarse y distanciarse de las interpretaciones y conductas que realizan los sujetos y acontecimientos que estudiamos; implica la adquisición de una mirada holística situacional utilizando variedad disciplinar para su abordaje; implica el ejercicio práctico de articular el trabajo de campo con las herramientas teóricas, en un ida y vuelta permanente; y por último, la preocupación por realizar un análisis del uso del lenguaje en el contexto, complejizando la noción de marco lingüístico referencial. Esto último pretende buscar la referencialidad en las narrativas audiovisuales del informativo de televisión, en las costumbres y usos informacionales y en el contexto en el que se mira el informativo o se realiza la experiencia de visionado, en otros términos en las sedimentaciones culturales (prácticas sociales, saberes, costumbres y creencias) base del contexto y de los sucesos comunicativos, tal como lo ha planteado el devenir de la llamada “etnografía de la comunicación” (Saville Troike, 2005).

El recorte que realizamos del fenómeno es la experiencia de dos grupos etarios: jóvenes entre 15 y 25 años y adultos mayores de 50 años, con características socioeducativas medias. El primer grupo etario es relevante por las transformaciones que están viviendo a nivel de consumo mediático y el segundo por continuar mayoritariamente fiel a la televisión. Este recorte, fundamentado en el capítulo I de este trabajo a partir de los informes nacionales sobre consumo y comportamiento cultural en el Uruguay (Dominzain, 2009 y 2014), lo consideramos pertinente porque nos ayuda a conocer diferencias, similitudes y vínculos en lo referente a los efectos de los medios y sus prácticas.

En dicho apartado exponemos las características de la técnica grupal desarrollada, la que combina en forma deliberada modalidades tradicionales como forma de experimentación etnográfica. Realizamos instancias grupales según edades en las que buscamos producir un intercambio e interacción social en torno a los informativos de televisión y sus prácticas informacionales. Además los expusimos a un visionado de noticias para conocer las resonancias que se producen a partir de ciertas narrativas informacionales (éstas seleccionadas según estudios de audiencia que dan cuenta de su alto nivel de recepción). Previo y posterior a los grupos se realizó el visionado de una semana de los informativos de televisión. Este último material nos permitió tener una esfera informativa común y obtener elementos para referenciar los discursos de los participantes y de esta forma contextualizarlos.

En el capítulo IV realizamos el análisis a partir del enfoque epistemológico del cual partimos y se hace un gran esfuerzo en proponer categorías que tomen en cuenta la transversalidad de factores que hacen al fenómeno de la comunicación. El análisis no se limita a tomar los elementos discursivos de forma aislada sino que intenta articularlos con otros tipos de afecciones que hacen al ambiente y disponen que un determinado discurso emerja. De esta forma intentamos entender lo discursivo siempre contextualizándolo, brindando los elementos del contexto de ese discurso y desde ahí dar las claves de su interpretación.

Así en el apartado 4.1 analizamos las narrativas de los informativos visionados previa y posteriormente a cada uno de los dispositivos grupales, en diálogo con el discurso de los grupos y con las acciones y reacciones de los participantes durante el visionado grupal. De esta forma conocemos cuáles son las características que de estas narrativas impactan en los grupos.

Luego analizamos las prácticas informacionales en vínculo con el informativo de

televisión, en el apartado 4.2 bajo el título: *Esa instancia en la que siento que me informo*. Aquí indagamos cómo los participantes de los grupos ordenan su vida cotidiana, sus costumbres y hábitos diarios en relación al informativo de televisión según sus reflexiones compartidas en las instancias grupales, prestando también atención al uso e incorporación de otros medios de comunicación. Como en los casos anteriores y en coherencia con el planteo epistemológico desde el cual partimos, se toma como punto de partida los discursos de los grupos sobre sus prácticas informacionales y se van hilando con el contexto, es decir, se referencian los discursos con las narrativas de los noticieros.

Por último, en el apartado 4.3 *El devenir de la interacción*, profundizamos en el análisis de los procesos de subjetivación en interacción con los contenidos, formatos y los modos de informarse. Aquí emerge la síntesis producida en el sujeto, la configuración de las formas de ser en el hacer cotidiano informacional. Hacemos foco en el atravesamiento que produce síntesis, “agenciamiento” (Deleuze y Guattari, 2002), de las cuestiones analizadas en los anteriores capítulos sobre qué se mira, cómo se mira y qué se comparte en la interacción, y así conocer los factores y dinámicas que producen al respecto de los informativos de televisión en tanto tipo de sujeto o instancia subjetivante más en general.

En las conclusiones procuramos hacer una puesta a punto de todo el recorrido analítico llevado a cabo, hilando una reflexión sobre la actualidad y en clave de pregunta abierta sobre los destinos de este medio, sus lenguajes y su integración social como dispositivo de comunicación.

CAPÍTULO I:

Herramientas teóricas y fundamentación

1. 1 Comunicaciones masivas en la construcción de subjetividad

“La comunicación es, entonces, un dispositivo potente para comprender estos tiempos. Su potencial cultural se halla en que es capaz de crear ilusión ante la pérdida de certezas, la abundancia de significantes vacíos y el flujo disperso de las identidades, en que es un dispositivo de producción de nuevas experiencias de subjetividad, ciudadanía y comunidad; y en que da cuenta de los nuevos modos de conexión, las nuevas sensibilidades y las nuevas estéticas.”

(Rincón, Omar, 2006, p.17)

En la actualidad nos es imposible pensarnos sin los artefactos tecnológicos mediáticos, creados por nosotros y para nosotros; éstos han posibilitado poner en común formas de sentir, pensar y significar la cotidianidad social, y a partir de la industrialización se han conformado en máquinas, que, entre otras cosas, posibilitan la masificación de la emisión de significados.

Así como la escritura logró sobre la oralidad la fijación del signo, posibilitando la permanencia en el tiempo y luego su circulación a gran escala (Ong, 1996), la producción y difusión de la imagen en movimiento y de los sonidos alcanzaron una escala mundial a través de la electrificación y producción satelital durante el S. XX.

Esta preponderancia actual de la circulación de producciones mediáticas a través de los medios masivos de comunicación nos permite viajar y experimentar otros lugares, posibilitando la instantaneidad de la comunicación desde lugares lejanos así como desde un punto a varios al mismo tiempo. Asimismo, ponen en común significados y sentidos, nos modelan y producen en la propia puesta en común, en el lugar de encuentro con los

medios masivos de comunicación. La comunicación nos construye como comunidad humana, es parte de vernos en filiación y considerarnos masa, lo que expresamos al utilizar la palabra “nosotros”. Creamos artefactos y tecnologías que posibilitan la comunicación y que al mismo tiempo nos modifican en el propio proceso de puesta en común, mediatizado por la “tele-tecnología” (Álvarez Pedrosian, 2009).

Es así que esta investigación se propone como objetivo conocer y analizar las narrativas de los informativos de televisión de canal abierto de Montevideo, conocer las prácticas informacionales de las personas que miran los noticieros y qué aspectos entran en juego en su selección. Asimismo, revelar e interpretar las resonancias y narrativas que se producen en relación y a punto de partida del informativo de televisión.

La mirada sobre el fenómeno se construye desde la concepción de los procesos de subjetivación donde la subjetividad emerge como producto y productora de condiciones de existencia; y como recreaciones permanentes de los modos de ser y hacer(se) en interacción con los otros. La interacción se da a través de la comunicación y mediada por artefactos tecnológicos.

Proponerse estudiar la subjetividad, implica estudiar las formas de ser en el mundo, al sujeto que crea y recrea su vida, y en este mismo proceso se crea a sí mismo. Este aspecto, como seres sociales que somos no se constituye en soledad sino en vínculo con otros, con la alteridad y atravesado por multiplicidad de referencias y universos materiales e inmateriales. Félix Guattari propone concebir los procesos de subjetivación como un fenómeno constituido por una multiplicidad de factores transversales. Esta multiplicidad la presenta en conjunto con Deleuze en la concepción de “rizoma” (Deleuze y Guattari, 2002), término que proviene del área de la botánica, y que les permite hacer un giro epistemológico en ruptura con el estructuralismo, en particular su lógica binaria inherente. La idea de rizoma nos lleva a una red, una “red de redes” (Álvarez Pedrosian, 2008, p.27). Desde este pensamiento el sujeto es un agenciamiento, no existe la noción de sujeto como habitualmente la concebimos en oposición a un objeto. Desde esta perspectiva el sujeto es agenciamiento en la medida que es un ordenamiento de multiplicidades compuestas por distintas líneas que lo atraviesan y lo

dimensionan, transformando asimismo el rizoma. Específicamente Guattari (1996) define la subjetividad como un:

“Conjunto de condiciones por las que instancias individuales y/o colectivas son capaces de emerger como Territorios existenciales sui-referencial, en adyacencia o en relación de delimitación con una alteridad a su vez subjetiva.” (p 19), conformada por “[...] componentes semiológicos significantes manifestados a través de la familia, la educación, el ambiente, la religión, el arte, el deporte, etc [...], elementos fabricados por la industria de los medios de comunicación, del cine, etc..., dimensiones semiológicas a-significantes que ponen en juego máquinas informacionales de signos, funcionando paralelamente o con independencia del hecho de que producen y vehiculizan significaciones y denotaciones, y escapando, pues, a las axiomáticas propiamente lingüísticas.” (p.14)

Desde la vertiente de estudios de los géneros discursivos, ya Bajtín planteaba la necesidad de concebir la comunicación como un espacio donde se articulan el contexto, la significación de nuestras prácticas apreendida y aprendidas a través de las instituciones, grupos sociales, espacios por los que circulamos. Estas prácticas aprendidas, sentidos incorporados en el transcurso de nuestra vida se recrean en la interacción con otros y se abren a nuevas significaciones, lo que para Bajtín sería la cadena infinita de la que forma parte todo enunciado (1997).

En todo enunciado, plantea Bajtín (1997), o un discurso concebido como cadena de enunciados relativamente estable, se integran desde las interacciones cotidianas a las obras literarias, científicas, etc., todo aquello que nos rodea o ha sido parte de nuestro ambiente, como así también los productos de los medios masivos. En ellos encontramos varias voces que se configuran y de ahí el carácter polifónico que hace referencia a la multiplicidad de factores que lo constituyen. De esta forma, un enunciado no responde a

una única referencia material e invariable, sino que lo constituyen múltiples referencias y estilos dispares, ese es asimismo su carácter heteróclito. Un participante del habla no construye su discurso, su expresión, de forma aislada ni en su interior, sino que es construido socialmente pues la conciencia individual es una conciencia grupal.

Esta idea de polifonía del enunciado, es tomada por Guattari y llevada a la experiencia del visionado de televisión como una instancia de producción de subjetividad polifónica.

“Cuando miro el televisor, yo existo en la intersección entre:

1) una fascinación perceptiva provocada por el barrido luminoso del aparato y que confina con el hipnotismo; 2) una relación de captura con el contenido narrativo de la emisión, asociado a una vigilancia lateral respecto de los acontecimientos circundantes (el agua que hierve en la hornalla, un grito infantil, el teléfono...), y 3) un mundo de fantasmas que habitan mi ensoñación...” que “...me fija ante la pantalla, construida desde ese momento como nudo existencial proyectivo” (Guattari, 1996, p. 29-30).

¿Cómo podemos sentirnos Uno en ese tironeo que viene desde distintas direcciones? Luces, acciones que realizamos, sonidos circundantes, discursos, imágenes que vivimos como internos, todo esto está en juego a la hora de mirar televisión.

También Deleuze y Guattari proponen la noción de ritornelo. Tomado de la música el ritornelo que es aquella sección que se repite una y otra vez en el transcurso de una obra musical, sin que esa repetición sea totalmente idéntica sino que sufre algún tipo de variación cada vez que aparece. En el contexto de escuchar la radio o ver televisión el ritornelo es aquello que se repite (2002, p.318) y nos coloca frente a la pantalla.

Aquí queda en evidencia la importancia que tiene en nuestros días los medios de comunicación como condiciones que configuran la subjetividad. Pero al mismo tiempo, las mismas no están aisladas, sino que entran en juego con otros componentes.

También, implica para nuestro estudio sobre la práctica cotidiana de informarse a través de los medios de comunicación la necesidad de problematizar la idea de receptor como aquella unidad dispuesta a recibir un mensaje de forma direccional y descontextualizada. Desde este planteo, se abandona el concepto clásico de receptor (asociada a la noción de receptáculo) de noticieros de televisión para concebir esta práctica como instancias insertas en diferentes dinámicas cotidianas, ritmos de vida y rituales diarios; que dialogan con experiencias y mensajes incorporados; con vivencias que no son del orden del discurso pero son parte de ese conjunto de condiciones de la que emerge una subjetividad inacabada y en constante transformación.

1.2 La televisión y sus narrativas

Cada dispositivo de comunicación tiene sus propias características y propiedades que definen la forma de narrar y contar: habitar con sentido la experiencia de la vida (Rincón, 2011).

Desde el punto de vista del televisor como objeto, en su calidad de símbolo y su adopción al ámbito doméstico ha llegado al punto de normalizarlo, de instalarlo también en todos los ambientes de uso público, desde bares a oficinas de espera. Asimismo, se puede observar un cambio a la hora de diseñar la arquitectura del hogar y la organización de los espacios en función del aparato televisivo.

La televisión se fue instalando en cada uno de los espacios domésticos y de conglomerado de sujetos, en una lógica de mutuo acuerdo implícito entre la producción televisiva y el espectador. La primera también ha ido modificando su propuesta de contenidos y estética (sonido, imagen, etc.) en función del uso, lugar, apropiaciones que se le fue otorgando, para poder continuar primera en el ranking de la mediación. Morley, (2008) hace referencia a esta adaptación de la televisión a la vida cotidiana de los sujetos al citar a Ellis y sus aportes sobre cine y televisión como formas sociales de significación:

“... la televisión ha desarrollado formas estéticas distintas para adecuarse a las circunstancias en las cuales se utiliza. El

telespectador es visto como alguien que tiene el televisor encendido pero que presta poca atención a lo que se está transmitiendo, un espectador casual, relajado en casa, con su familia. En ese contexto se hace necesario atraer la atención y captarla segmento por segmento, lo que conduce a la autopromoción de los canales de televisión, al predominio de la apelación directa al espectador y a la centralidad que se da al sonido en los programas televisivos”. (Morley, 2008, p.225).

La propuesta de Morley sobre cómo concebir las audiencias de televisión la consideramos acorde para poder pensar el vínculo entre televisión y procesos de subjetivación que también y desde otro espacio temático instauró Voloshinov-Bajtín (1997) con su concepción de polifonía. En el proceso de comunicación del mensaje televisivo-público interactúan dos estructuras. Una es la de la narración audiovisual de los mensajes, otra es la de los públicos y su cultura como receptores. Ambas limitadas por su estructura y mecanismos internos.

En lo referente a las particularidades que nos ofrece la televisión desde la percepción, más que proyectar imagen y sonido nos pone en escena y en ambiente, a través de la exhortación a nuestros sentidos. Así nos hace sentir partícipes de lo que está aconteciendo en la pantalla ya que exige participación e implicación de todo el ser. El propio medio, en este caso, la televisión, se sustenta de la imagen yuxtapuesta con el sonido, ambas percibidas por nuestros sentidos creando ambientes de prolongación de nuestra capacidad sensorial (McLuhan, M., 1969).

La televisión es considerada por las audiencias, aún con el avance de las nuevas tecnologías de la información y comunicación, el referente más importante. En sus variados géneros fue incorporando y reconfigurando otros medios, ha promovido y promueve la adaptación de otros medios como la radio y el cine a sus formatos televisivos (Rincón, 2006).

Todo mensaje requiere una manipulación, una selección, ordenamiento y construcción

de un relato para ser exhibido y lograr la atracción y comprensión del público. Al mismo tiempo es marcado por las exigencias que el medio de comunicación como parte de la industria lucrativa exige: tiempos de producción y exposición, intereses económicos y políticos. Esta construcción se hace a través de una “imaginación reglada” (Rincón, 2006, p.103), esto es para Rincón modos de regular, modos de narración que son compartidos por los productores y las audiencias para poder comprenderse. Se adquieren por la reiteración cotidiana y rutinaria e históricamente por cánones que han constituido el imaginario narrativo (Rincón, 2006).

La dimensión de “imaginación reglada” está íntimamente asociada a la categoría de género de Bajtín que Rincón se la apropia como

“un conjunto de reglas compartidas que generan un sistema propio de expectativas para las audiencias... Los géneros son matrices culturales universales, populares y tradicionales; por lo tanto, asignan una comprensión (casi) universal a las historias”. (Rincón, 2006, p104).

A través de estas reglas compartidas, los géneros, son “modos de encuentro con las lógicas culturales de cada sociedad.” (Rincón, 2006, p.105). Es a través de su aplicación que se asegura la comunicabilidad. Los géneros no nos puros, más bien son modos de referencia que posibilitan la comprensión mutua y se modifican atravesados por la tensión que genera asegurarse un entendimiento a través de lo conocido y al mismo tiempo ser atractivo al público a través de la innovación. Lo que define al género no es el tema sino el modo de construir la historia, el tono expresado. (Rincón, 2006)

Las narrativas se enmarcan en las estéticas difundidas por los medios de comunicación que ha contribuido a formar las culturas mediáticas. Su concepto de estética se corre de la contemplación de una obra y desemboca en la experiencia, son “vivencias afectivas generalizadas en forma de gusto que se hacen símbolo, actitud, valor, lenguaje, industria y experimentación.” (Rincón, 1996, p. 41). La difusión de las narrativas mediáticas

estarían contempladas más con la pregunta sobre ¿cómo nos proponen vivir? que con la cuestión de ¿qué comunican? Es a través del entretenimiento y el espectáculo que nos invitan a vivir emocionados, en la instantaneidad, cada momento debe ser vivido con intensidad y disfrute, pasarla bien y “evitar la densidad y el argumento para habitar los afectos y aplicar soluciones técnicas” (Rincón, 1996, p. 65)

La estrategia de comunicabilidad del periodismo es la narración. Rincón toma de Tomás Eloy Martínez la idea de que la razón de existir del periodismo es la de contar historias, además de describir, presentar estadísticas y discursos.

La narración periodística presenta particularidades que están en consonancia con su razón de ser social:

“...el periodismo es un dispositivo narrativo para la comprensión humana, una manera de inscribir/escribir el mundo. El periodismo cuenta y comprende el presente, la vida cotidiana y pública..., el periodismo es un modo de comprender la actualidad, el presente, el devenir social en estado puro, del aquí y ahora.” (Rincón, 2006, p. 122)

Dentro del informativo de televisión, el periodismo se acopla y construye esta actualidad de narrativas mediáticas. El periodista es un narrador y para que su narración sea mejor debe investigar. Cuanto más investigación más profundidad y punto de vista adquiere su narración y a su vez, debe manejar los medios a través de los cuales se expresa, la imagen, el sonido, el discurso verbal, la escritura, etc. (Rincón 2006). Esta tarea narrativa se inscribe en el objetivo de informar, que significa darle forma, darle un orden al caos. El rol del periodista se asimila al rol que cumplían los mitos en otro tiempo, “el discurso que cotidianamente se hace cargo del desorden del mundo, y nos ordena el caos en que nos sumerge la diversidad de lo que sucede al otorgar un sentido a los acontecimiento” (Martín Barbero y Rey en Rincón, 1996, p.112).

Al introducir la temática de la narrativa del periodismo en televisión y más específicamente las noticias, Omar Rincón expresa que están basadas en el efectivismo,

el sensacionalismo y el espectáculo más que en la responsabilidad social del periodista en la construcción de un debate público para la toma de decisión y opinión pública. El medio en que se inscribe esta tarea define las formas y a su vez el contenido (2006).

Rincón (2011) presenta una serie de características que pueden asegurar el éxito de la televisión en la actual y están íntimamente relacionadas con el contexto de la cultura mediática y la característica de la mediación televisiva, así como con la convivencia con otras pantallas digitales. Las características que considera se requieren son aquellas que dan a conocer las subjetividades, a través de narrativas de la experiencia, de la vida cotidiana y de la gente común. Son las que proponen “estar al día en lo local como territorio y perspectiva” (Rincón, 2011, p.46). Para eso se usan como agencias de noticias: Internet, Twitter, Youtube, imágenes de los celulares de la gente tomadas de la vida cotidiana o de algún audaz, se pretende que se pierda en objetividad y se gane en “seres humanos que nos cuenten desde su visión/versión/punto de vista, ya que urge la mirada propia y el tener algo que decir” (Rincón, 2011, p.46).

1.3 La televisión en el Uruguay

“Señoras y señores, a partir de este momento Saeta TV Canal 10 en el aire” (Prats, L., 2009, p. 165), describe Prats que fueron las primeras palabras de Raúl Fontaina hijo en la emisión inaugural de la televisión del país. Este momento inaugural en manos del canal 10 marca hasta el día de hoy la imagen institucional del canal, recurriendo a la memoria colectiva pasó de ser el primer canal uruguayo a “el canal uruguayo”¹. Se inauguró en 1956 y permanece sólo hasta 1961, año en el que Canal 4 aparece en pantalla. A esa etapa, la investigadora Mónica Maronna (2007) le llama la fundacional monopólica de la televisión. Duró unos 5 años, con sus efectos en la producción y transmisión muy precarias a pesar de que ya existía la posibilidad técnica de mayor calidad pero “era el resultado de lo que se lograba con escasa o nula inversión [...]” (Maronna, M, 2007, p. 7). Luego le siguió Canal 12 en 1962 y por último el Canal

¹ El entrecomillado es utilizado porque en la actualidad el canal 10 utiliza esta frase “el canal uruguayo” como fórmula de identidad institucional y publicitaria.

público 5, inaugurado en 1963.

Como vemos los pioneros e inversores que veían en la televisión un gran potencial han sido para el caso uruguayo (como en la generalidad de América Latina a diferencia de Europa), los capitales privados. Esto se perpetuó por muchos años ya que el servicio de televisión estatal históricamente ha sido anémico “[...] con problemas técnicos y sobre todo de programación, captan una porción menor de la audiencia. [...], a partir de 2005 hay un esfuerzo sostenido para fortalecerlo y empiezan a verse algunos resultados.” (Kaplún, 2014, p.7). Se deduce que no fue interés de quienes gobernaron hasta el 2004 en nuestro país la inversión en tecnología y recursos humanos capacitados para el desarrollo de una televisión estatal de calidad y que oficiara de balanza en la oferta mediática. Por el contrario, la regulación en materia de comunicación escaseaba. En los años 70, en el marco del gobierno de facto, se crea una ley que regula la radiodifusión, sufriendo posteriormente algunas modificaciones muy leves pero que intentaban limitar la concentración o extranjerización en la materia, como en el año 1978 con el Decreto de Ley 734 de Radiodifusión (Kaplún, 2014). Sin embargo, estas regulaciones no fueron aplicadas con rigurosidad además de permitir colarse juegos de negociación como el uso de testaferreros, amiguismos políticos posterior a la dictadura con adjudicación directa de frecuencias y compra y venta de emisoras (Kaplún, 2014).

Actualmente en Uruguay existen 3 grupos que conforman un oligopolio de las comunicaciones controlando la diversidad de medios, estos son: el grupo Romay-Salvo-Ecchey, el grupo Scheck-Pombo-Cardoso y el grupo De Feo-Fontaina. Para dichos grupos los medios de comunicación es una actividad más entre otras en el país, ya que también llevan adelante diversas empresas como estancias y actividades comerciales de exportación e importación, lechería y grandes cadenas de supermercados (Kaplún, 2014). En lo referente a la posesión de medios de comunicación el grupo Romay-Salvo-Ecchey maneja: en televisión abierta el Canal 4 de Montevideo, 5 canales en el interior del país, 3 canales para abonados (televisión por cable) y 4 radios. El Grupo Cardoso-Pombo-Scheck controlan la propiedad del Canal abierto 12 de Montevideo, y 2 del interior del país, 2 de cable y 4 radios. Y posee intereses en emprendimientos de prensa escrita como el Semanario Búsqueda y el diario El País, éste

último es el de mayor tiraje de ejemplares en el Uruguay; por último en los medios digitales posee un canal web. Con respecto al grupo Fontaina-De Feo tienen 3 canales abiertos: el Canal 10 de Montevideo y 2 en el interior del país, 2 canales de cable, 2 radios en Montevideo y un portal de noticias (Kaplún, 2014).

Asimismo estos grupos mantienen negocios en conjunto como la Red Uruguaya de Televisión, que opera en el interior del país y Equitel, esta última enfocada a la televisión para abonados y concentrando la oferta de suministros de producción y conexión.

En la actualidad el área de la producción y distribución en Uruguay, se caracteriza por una gran concentración de los medios de comunicación en pocas manos, no muy diferente a la realidad del resto de América Latina (Becerra y Mastrini, 2009). Las pocas regulaciones existentes en materia de comunicación, la facilidad a privados de la adquisición de ondas de radiodifusión, han contribuido al manejo de los medios a través de lógicas del libre comercio. Estas reposan en la idea de que los medios ofrecen al público lo que desea ver, legitimado a través de mediciones de *rating*. Este es un indicador primordial para los anunciantes de servicios y productos, que invierten en publicidad en los medios masivos de comunicación para hacer masiva su imagen y por ende maximizar sus ventas, esto articulado al interés lucrativo que persiguen los dueños de medios. Los diseños de programaciones son pensados en función de la atracción de mayor público, ya que a mayor audiencia, mayor es la inversión en publicidad y mayor el rédito económico. De esta forma el público se constituye en “nicho de mercado”, con categorías de consumo y gustos que van definiendo la programación según la datos cuantitativos de personas que los ven y escuchan.

En términos de audiencias, existe una gran concentración en los canales privados, dejando al estatal con un 5% sobre el total. (Becerra, 2009). La oferta cultural televisiva, llevada adelante por los tres grupos mencionados, no sólo domina los medios técnicos sino que también son quienes suministran contenidos, cuando no son producciones del mismo canal, son productoras externas con gran dependencia de ellos. Esta situación por no deja margen a la independencia comercial, y también se suma que muchas de

ellas tienen vínculos directos o forman parte del paquete de negocios de estos grupos. Asimismo, la centralidad de la oferta televisiva está en la capital, ya que a todas las localidades del interior del país llega la Red Nacional de Televisión Sociedad Anónima (RUTSA) que es propiedad de estos grupos quienes envían desde Montevideo la programación de los canales privados. Los canales locales fuera de la capital se han convertido prácticamente en repetidoras de la programación capitalina existiendo muy poco espacio para la programación local (Stolovich, 2003).

Al año 2014 el televisor pasa a ser el “electrodoméstico rey” (Kaplún, 2014) en los hogares uruguayos, ya que de forma exponencial se colocó el televisor como artefacto en la vida cotidiana de las personas, llegando a que un 90% de los hogares posean al menos uno en su casa (Kaplún, 2014).

En lo que respecta al consumo cultural en la sociedad uruguaya, el 54,3% de la población según una encuesta realizada en el 2009, coloca a la televisión como principal actividad en el tiempo libre; número por encima del resto de las opciones presentadas y donde el 90,2% de ese grupo mira entre 1 y 5 horas diarias. (Dominzain, Rapetti y Radakovich, 2009). Estos números expresan tanto las personas que miran televisión abierta como por el cable que ingresó a nuestro país en la década de los 90. La tercera edición en el 2014 del mismo estudio expresa un proceso de cambio en el uso de dispositivos audiovisuales ya que se percibe una disminución de horas dedicadas a ver televisión en comparación al año 2009 y las investigadoras consideran que:

“Esta porción de audiencia –‘un-horista’ televisiva– podría vincularse a un proceso progresivo de sustitución de la televisión por nuevas tecnologías de información y comunicación, de cara a las posibilidades que hoy ofrecen para informarse, entretenerse, sociabilizar y visionar diverso tipo de contenidos audiovisuales.” (Dominzain, 2014, p.54)

La televisión por cable y satelital significó un aumento en la diversificación de la programación y su segmentación a nivel de públicos. No así en la producción y adjudicación de señales ya que los servicios fueron otorgados a firmas ya vinculadas

con los canales privados existentes. La segmentación en la programación tuvo efectos en los usos y costumbres hogareñas en el país, ya que de un televisor en el hogar compartido en un mismo espacio, se pasó a varios televisores con programación para cada gusto y edad, desde canal de dibujos animados para niños a canal de películas para adultos (Prats, 2009). Como venimos presentando, la posibilidad de acceso a Internet se ve con mayor preponderancia en las generaciones más jóvenes y viene de la mano del aumentando del uso de dispositivos digitales individuales como: computadores, teléfonos celulares y tablet, individualizando aún más el uso (Dominzain, 2014).

A pesar de la mayor oferta con el advenimiento de la televisión por cable y satelital, los datos recogidos en el 2009 muestran que el 57,4% de la población mira televisión abierta. El cambio en el consumo de televisión comienza a aparecer con mayor fuerza con la aparición de Internet, un medio que parece acoplarse perfectamente a la modalidad juvenil ya que en ellos se reconoce que el consumo de televisión se va sustituyendo por Internet de forma progresiva (Dominzain, Rapetti, Radakovich, 2009), así en el año 2014

“los datos dejan en claro que se trata de una práctica de consumo cultural muy vinculada a los jóvenes y edades medias, aunque es significativo que el 20,7% de los adultos mayores de 60 años de edad hayan incorporado una rutina tan intensa a sus hábitos culturales diarios. Por otra parte, se trata de una práctica que aumenta significativamente conforme se intensifica el nivel educativo y el nivel de ingresos.”
(Dominzain, 2014, p.75)

Sin duda se comienzan a visualizar los cambios que hacen a la preferencia de otras pantallas, y es de interés de este trabajo captar este movimiento donde aún la televisión, y específicamente la oferta de televisión abierta continúa siendo un referente importante en la sociedad uruguaya, pero las generaciones jóvenes cada vez más utilizan otras tecnologías de comunicación y el protagonismo de la televisión comienza a ser compartido, esto proporciona otros discursos, interacciones y particularidades en las

prácticas de ver/mirar la televisión.

Por lo tanto, a la hora de preguntarnos por los efectos de la televisión en la recepción, abre un camino a explorar en materia de antiguas y nuevas modalidades de consumo, de usos en vínculo con los clásicos y nuevos medios de comunicación, la memoria y la legitimidad de cada medio, los ritmos, costumbres y los flujos de comunicación que configuran formas de estar en el espacio-tiempo compartido, complejizando un modelo de comunicación lineal sobre los mensajes y sus efectos.

1.4 Los informativos televisivos en Montevideo

Los informativos de televisión tienen sus antecedentes en los años 40 y 50 en el auge y proliferación de salas de cine en todo el país. Aquí aparecen los informativos cinematográfico en manos de los dueños de las salas y distribuidores de material audiovisual. El investigador Antonio Pereira (2009) pudo rastrear con dificultad tres informativos de aquellos años que considera los más importantes: Glücksman, EMELCO y Uruguay al día. Los primeros dos correspondían a dueños provenientes de Buenos Aires-Argentina y el último fue el primer informativo nacional. Todos en manos de privados sin interés del Estado en financiar un emprendimiento del estilo, no así con otros desarrollos mediáticos como la radio² (Pereira, 2009).

La pantalla grande llamaba a multitudes en la ciudad³, las salas de cine tanto en el país como en la capital se extendieron con rapidez para llegar a fines de los 50 con más de 100 salas de cine. Y en este marco comienza la producción de noticias audiovisuales en la capital, concretado por la mezcla de trabajadores jóvenes y entusiasmados, con formatos exportados de los telediarios europeos. Los informativos cinematográficos se exhibían luego de una semana de trabajo de producción, en las programaciones de fin de

²“La inauguración en 1929 de la radio del SODRE, una de las primeras emisoras públicas del mundo, fue un emprendimiento donde el Estado, participó activamente y colaboró para que en poco más de una década se transformara en un modelo que emularon todos los sistemas radiales públicos latinoamericanos, hasta entrados los años sesenta.” (Pereira, 2009, p.78)

³“...en 1953 Montevideo sumaba 837.621 habitantes y fueron registrados 19.152.019 espectadores cinematográficos” (Pereira, p. 72, 2009)

semana con una duración de 10 minutos. Aquellos primeros *tapes* de noticias proyectadas en el cine fueron cimentando en los montevideanos la atracción por las noticias en formato audiovisual.

De los primeros a la actualidad hay mojones relevantes en el desarrollo de los espacios informativos. Sin duda uno de ellos fue el paso a la masificación de la televisión en los años 60, que llevó a los productores de informativos cinematográficos al declive, recurriendo a mayor publicidad para poder sostener el emprendimiento, pero sin posibilidad de mantenerse en el tiempo. La televisión como medio informativo ya se instalaba en los hogares uruguayos (Pereira, 2009).

El horario de la tarde, a partir de las 19 horas, fue el espacio exclusivo desde los inicios del informativo central de televisión. Las primeras emisiones se realizaban en vivo en estudios de los canales con conductores mayoritariamente provenientes del medio radial. En formatos de informes relatados por los conductores, leían las noticias a la cámara acompañadas por placas fijas (Pereira, 2009).

El Canal 10 comienza su transmisión informativa en manos de los dueños del canal, los hermanos Fontaina, quienes crearon la productora PTA que se hizo cargo del primer informativo de T.V. llamado “El noticiero de las tres avenidas” (Prats, 2009).

El Canal 4 Montecarlo con su noticiero Telenoche 4, marcó su impronta de crónica policial con la primer transmisión en vivo de un hecho policial acontecido en 1965, cobertura de un atraco policial a un grupo de ladrones argentinos que se ocultaban en Montevideo. La preocupación por este canal de hacerse de imágenes en movimiento tomadas en el exterior de los estudios, lo llevaron a utilizar las primeras grabadoras de 16 mm sin sonido y a armar un pequeño espacio de revelado de películas para no contar con los horarios reducidos de las casas de revelado (Monte Carlo, 2011).

Por su parte, el Canal 12 Teledoce, aparece en 1962 con noticieros de 30 minutos en la mañana, mediodía y noche, dejando unos 15 minutos para el horario de las 19 horas de informativo, tiempo que comienza a extenderse hasta llegar a la actualidad con 1 hora y media de duración y el de mayor tiempo de transmisión en la grilla del canal. Por

último, el Canal 5 nacional aparece en escena en el año 1963 pero los registros de sus emisiones son escasas ya que estos años previos a la dictadura cívico-militar en el país marcaron muchos movimientos en el canal: en el año 1968 es destituido su primer director Justino Zavala Carvalho por el presidente Jorge Pacheco Areco, además de perderse mucho material a raíz del gobierno de facto como también de la poca inversión estatal.

La síntesis de los primeros pasos de los informativos de televisión deja de ser meramente un relato y toma relieve en la actualidad cuando consideramos que las generaciones que presenciaron el nacimiento de la oferta informativa en la televisión son las que actualmente tienen más de 50 años de edad y muestran ser las que tienen a la televisión como referente informativo diario (Alonso, Beltramelli, Meyer, Irigoín y Motta, 2013). Al crecer con la televisión se ha incorporado a la vida cotidiana y naturalizado el lenguaje que en los años 60 fue innovador gracias al desarrollo técnico. Hoy esperan de ella las tomas en vivo, el *video-tape* con la voz en off relatando lo sucedido, el conductor mediando entre los hechos y el televidente.

Pasados 30 años, Luciano Álvarez en su estudio sobre los noticieros en 1987, nos presenta una serie de comentarios de sus estudiantes al preguntarles para qué miran el noticiero. “Se sientan, comentan quizás los avatares de su vida cotidiana, comen y beben algo, mientras tratan de enterarse *“cómo anda el mundo”* o *“los hechos ocurridos en el transcurso del día”*”⁴ (Álvarez, 1988, p. 17). Álvarez presenta esta acción que se repite diariamente de lunes a viernes en el horario de la tarde por casi medio millón de montevideanos como “un rito al atardecer” (1988). El fragmento generacional mayor de 50 años también vivió la irrupción de la televisión por cable o satelital de los años 90, período en el que se “amplió”⁵ la oferta televisiva y se podía acceder a otros informativos, a nivel regional los argentinos tienen una gran incidencia y desde el norte

⁴Presento las palabras en cursiva para distinguir aquellas que corresponden a las respuestas de los estudiantes de Álvarez.

⁵El entrecomillado es por lo expuesto anteriormente, cuando al explicar el desarrollo de la televisión en Uruguay señalamos que la televisión por cable o satelital quedó en manos de las mismas empresas que se encargaban de la televisión abierta, relativizando la amplitud de la oferta.

la CNN latina llegó a nuestro país. A pesar de estos cambios, los informativos uruguayos producidos en Montevideo, continuaron siendo la referencia principal.

En la actualidad, en Montevideo permanecen los 4 canales abiertos con sus respectivos informativos en horarios de la mañana, mediodía, tarde (central) y noche. Estos son: Telenoche 4 (Canal 4), Info TNU (Canal 5), Subrayado (Canal 10) y Telemundo 12 (Canal 12). Los cuatro mantienen el horario central paralelo, entre las 19 y 21 horas, emitiendo también espacios informativos de menor duración en la mañana, mediodía y noche. El noticiero del Canal estatal (5) es el de menor duración en el horario central, manteniéndose 1 hora al aire, le sigue el Canal 12 con 1 hora y media y luego el 4 y 10 con 2 horas de duración. Los informativos de horario central son los más vistos y en comparación con otros medios informativos como prensa, radio e Internet, son el mayor referente, superando el 50% de ciudadanos montevideanos que se informan a través de la televisión (Dominzain, 2014). Las generaciones mayores siguen firmes frente a los informativos de televisión, “a mayor edad, mayor frecuencia a informarse por los informativos de televisión” (Alonso, Beltramelli y otros, 2013, p.12). Por su parte, las nuevas generaciones cada vez presentan menos usos de la televisión como fuente de información (la radio y diarios también caen) y sí mayor uso de otras pantallas a través de Internet. El informe del 2013, estudió la franja de edad entre 18 y 29 años y explicita:

“tiene un comportamiento bien definido en cuanto se encuentra muy por debajo del promedio en la radio, levemente debajo en televisión y muy por encima del promedio en utilizar la Internet como principal fuente de información, inversamente a lo que ocurre con la franja de 60 años y más.”(Alonso, Beltramelli y otros, 2013, p.9)

Asimismo, el mismo informe presenta datos sobre la diferencias a nivel socioeducativo. Un alto porcentaje de aquellos que poseen niveles educativos más bajos o medios expresan acercarse a la televisión para informarse (Alonso, 2013).

De esta forma, tomamos en cuenta la tendencia en los más jóvenes a informarse a través de otros medios y en los adultos a continuar su fidelidad a los noticieros de televisión.

Además consideramos que los públicos descodifican los mensajes de los medios desde sus referencias y experiencias previas, y también entran en juego los usos y formas de ver, el cruzamiento con otras pantallas y discursos. En estos casos se hace evidente que ambos subgrupos (mayores de edad y jóvenes) aun compartiendo niveles socio educativos medios, hacen la diferencia en el uso habitual de distintos formatos y contenidos audiovisuales. Se diversifican en la aproximación a las nuevas tecnologías de información y la comunicación. Por lo tanto, un estudio, como el que aquí hemos realizado, que releva cualitativamente estas prácticas así como los intercambios comunicacionales que se dan a partir de las mismas, se considera de gran importancia para dar luz sobre las interacciones y efectos que generan, descentrándonos de una concepción unidireccional del mensaje a partir de un medio de comunicación para considerar las mediaciones sociales (Martín Barbero, 1991).

Al observar la propuesta de los noticieros de televisión y sus narrativas, observamos que en los informativos locales, la crónica policial ocupa la mayor cantidad de tiempo televisivo, escapando a recursos literarios, son puestas frecuentemente imágenes extraídas de cámaras que captan rapiñas, accidentes y homicidios. La pluralidad de la que se afanan los noticieros montevideanos reposa más en las opiniones políticas que en la diversidad de temas, ofreciendo una importante homogeneización, tanto en los contenidos como en la forma. Temas como inseguridad ciudadana⁶, violencia en el deporte, condiciones de pobreza y accidentes fatales tienen gran frecuencia en los informativos. Gastón Amen (2016) tomando estudios realizados en el 2010 y 2012⁷ sobre el tiempo otorgando a las noticias concluye que las noticias policiales y el deporte (mayoritariamente fútbol) son las que tienen mayor cantidad de minutos en los

⁶Las temáticas como seguridad y deportes (básicamente fútbol) son a las que se le dedica mayor cantidad de tiempo en los informativos privados según un estudio realizado en el 2010 (Amen, 2016)

⁷En el año 2012 según datos de la consultora Foco, los diez hechos más tratados fueron por orden descendente en cantidad de minutos: 1) Fútbol uruguayo 2) Crónica policial 3) Pronósticos, alertas y temporales; 4) Pluna 5) Parlamento, proyectos y leyes 6) Juegos Olímpicos de Londres; 7) Copa Libertadores de América; 8) Presidencia de José Mujica; 9) Partidos políticos y 10) Eliminatorias para el Mundial de Brasil 2014. Datos relevados por Gastón Amen del El Observador, 27 de diciembre de 2012. (Amen, pag. 12 y 13, 2016)

informativos. Existe una gran diferencia con la información producida a fines 1980 donde los políticos eran “los protagonistas de la información [...]. Ellos ocupan el 40% del tiempo informativo y opinan, hablan, afirman” (Álvarez, 1988, p.137). Evidentemente y más allá de algunas diferencias leves entre los canales⁸, la temática preponderante pasó a ser la seguridad y dejó de ser la esfera política (Amen, 2016).

En síntesis, tomando en cuenta lo desarrollado y expuesto hasta aquí, a saber: las características de la recepción en las diferencias generacionales, los altos índices de adhesión a la televisión como fuente de información de los sectores con nivel socioeducativo medio, las transformaciones atravesadas por el uso de otros medios de comunicación y las formas-contenidos de los informativos, este trabajo se propone analizar desde el visionado de los 4 informativos en su trasmisión central los vínculos y recreaciones, tanto de usos como de discursos que se despliegan entre aquellos que se informan y los noticieros de televisión.

⁸Dice Gastón Amen (2016) haciendo referencia al año 2010, “[...] Telenoche el informativo que más tiempo le dedicó a las noticias sobre seguridad, ubicándose éstas en primer lugar en dicho informativo, a la vez que en los otros dos informativos de los canales privados las mismas se ubicaron en segundo lugar luego de la categoría deportes, a la vez que en el canal del Estado se ubicó en tercer lugar [...]” (Amen, G, 2016, p. 12)

CAPÍTULO II:

Antecedentes

A continuación realizaremos un breve pasaje por corrientes en el campo de la comunicación que significaron antecedentes importantes para los estudios sobre televisión. Para ello realizamos una división entre el estudio sobre los efectos de los medios de comunicación destacando los antecedentes en la sociología correspondientes a los primeros *Mass Communication Research* en los Estados Unidos; aquellos estudios sobre la recepción y los mensajes donde la interacción y la interpretación comienza a ser relevante en los estudios sobre la relación entre medios y audiencia; y por último, estudios en comunicación donde la cultura juega un rol importante a la hora de pensar la comunicación y los efectos de los medios. Asimismo acoplo en esta clasificación aquellas investigaciones más recientes que presentan aspectos más afines con los antecedentes clásicos sin pretender ser totalizadora, ya que también comparten aspectos de los otros abordajes.

2.1 Desde la teoría de los efectos

El contexto de entreguerras en los EE.UU., fue el caldo de cultivo para que aparecieran investigadores como Harold Laswell con el interés primordial de conocer qué función cumple la comunicación en la sociedad, es en este marco que formula la presentación del acto de comunicación, “¿quién, dice qué, en qué canal, a quién y con qué efecto?” (Laswell en De Moragas, 2011, p.38). Para Laswell el estudio de cada uno de estos elementos era importante para conocer el proceso total de la comunicación. Sin embargo, prácticamente predominaron los estudios sobre audiencia, efectos y análisis de contenidos. (Mattelart, 1997).

Sus primeros estudios se remiten a 1927 cuando publica *Propaganda Techniques in the Word War*, una investigación sobre la utilización por ambos bandos de propaganda de guerra utilizada durante el período del primer gran conflicto mundial. La influencia del conductismo en estos años queda en evidencia cuando el investigador formula la teoría

de la “aguja hipodérmica”⁹ de los medios. Esta teoría presenta el poder ilimitado de los medios de comunicación sobre las audiencias, el mensaje es como una bala, convertido en un estímulo que produce respuestas uniformes. A través de los medios de comunicación se puede manipular a las personas y esto es observable. (De Moragas, 2011)

El diálogo entre el conductismo y una visión funcional de la comunicación sentó las bases de la sociología funcionalista de los medios que dedicó sus esfuerzos, principalmente al estudio de los efectos (estudio de audiencias) por un lado, o al análisis de contenido de los mensajes (Mattelart, 1997) por otro. Estos estudios, investigan uno de estos elementos para comprender el todo. Daban por supuesto que estudiando las audiencias, su comportamiento frente al consumo o a la votación de un líder político, se constataba la implicancia de la comunicación en estas acciones. Por otro lado, se partía del supuesto que a través del mensaje y su análisis, podría llegar a deducirse los efectos de la comunicación sobre las audiencias (Morley, 1992).

Sobre este esquema, el análisis de los contenidos mediáticos reposa sobre la idea que tiene una sola lectura, que la generación de sus efectos sobre las audiencias es directa dejando fuera del interés el contexto de recepción.

Paul Felix Lazarsfeld, considerado el fundador de los *mass communication research*, fue un investigador austríaco de familia judía, radicado en Estados Unidos donde realizó toda su carrera contribuyendo con sus investigaciones al estudio de los medios y la audiencia, así como también a la sociología internacional al tomar distancia de las tradiciones de la sociología europea (Marx, Weber, Durkheim, etc.) y adoptar una sociología empirista (De Moragas, 2011).

Dos de sus publicaciones más destacadas: *The people’s choice. How the voter makes up his mind in the presidential campaign*, realizada junto con Berelson y Gaudet y *Voting*.

9

Así se le conoce a esta teoría pero no hay certeza que sea el nombre adjudicado por Laswell, sino que parece aparecer su nombre en las críticas al autor.

A study of opinion formation in a presidential campaign realizada junto con Berelson y McPhee, estudia los efectos que genera la propaganda política sobre la población y su decisión de voto, la primera en el marco de la campaña electoral de 1940 en Estados Unidos – Condado de Erie (Ohio), en el enfrentamiento entre Roosevelt y Wilkie.; la segunda en 1948 en la campaña donde se enfrentaban Truman y Dewey, realizada en la ciudad de Elmira (New York). Son relevantes las contribuciones del ingreso de metodologías de la investigación novedosas en el estudio en comunicación y serán también insumo importante para la investigación en ciencias sociales, estudios de mercado y marketing. Así incursionó en cruces de resultados de estudios cuantitativos y cualitativos, considerando el mismo fundamental para la explicación de los fenómenos sociales, - la toma de una muestra estable de personas a las que encuesta con un lapso de tiempo determinado para evidenciar los cambios en el receptor durante la campaña, - como la implementación de focus interview (lo que posteriormente tomaría el nombre de focus group).

Hasta el momento he mencionado hitos en el estudio de la comunicación que han marcado importantes líneas de investigación. Lo que respecta a nivel nacional y el estudio de los noticieros encontramos tanto de medición de audiencia como de agenda de noticias con la medición de temáticas frecuentes. Estas mayoritariamente son cuantitativas y las realizan empresas privadas a encargo de algún cliente, por este motivo su acceso es muy restringido. Por su parte, la Universidad Claeh en su Observatorio de Medios, bajo la responsabilidad de Esteban Perroni realizó una investigación donde se analiza las temáticas de seguridad ciudadana en noticieros de T.V. de horario central de Montevideo, en el período comprendido entre enero-diciembre del 2008. Se realizó un relevamiento sistemático cuantitativo y cualitativo a través de análisis de contenido del relato; se propusieron analizar la codificación de significados y posibles efectos de sentido en la audiencia (Perroni, 2009). Dicha investigación revela que los informativos 4 y 10 poseen el mayor *rating* de audiencia y que el más elevado porcentaje de noticias nacionales (85,9%) tratan sobre la seguridad, primando las policiales. A nivel cualitativo analizan el tratamiento de las noticias de seguridad, la cantidad de información y contextualización que se

otorga, las fuentes de información, el tratamiento y discurso con énfasis en la adjetivación de la inseguridad y banalización y las temáticas que los informativos presentan asociadas a la inseguridad. Este antecedente será tomado en cuenta en nuestra investigación ya que presenta frecuencias de temáticas que luego serán constatadas en nuestro visionado y servirán como apoyo para la selección de noticias.

2.2 Desde la teoría de la recepción

En esta oportunidad presentaremos algunos antecedentes en los estudios de comunicación y más específicamente en televisión y noticias que se van descentrando de la idea de los efectos concebido como una acción unidireccional. Aquí se pasa a pensar tanto en la acción comunicativa, donde el vínculo entre medios de comunicación y público es de interacción, así como los estudios que se centran en el análisis de los mensajes y la interpretación. De forma incipiente comienza a pensarse que la recepción se apropia de los medios de comunicación, hace cosas con ellos y que en esa interacción se transforma a sí misma, acercándonos a la concepción de los procesos de subjetivación desde la que partimos en este trabajo.

La idea de estímulo/respuesta se sustituye por una concepción más compleja, donde múltiples factores entran en juego cuando se quiere pensar en los medios y la recepción. Es así que un grupo de investigadores, Elihu Katz, Jay Blumler y Michael Gurevitch, “pasan de la pregunta ‘¿qué es lo que hacen los media a las personas?’ a la pregunta ‘¿qué hacen las personas con los media?’ ” (Wolf, 1987, p.78). Aquí aparece la teoría de los usos y gratificaciones a partir de los años 70 que parte de la idea que el individuo se sirve de los mensajes dependiendo de su contexto socio-psicológico. Indagando en las satisfacciones que cubren los medios de comunicación, Katz, Gurevitch y Haas obtuvieron una lista de necesidades que las personas expresan satisfacer al acercarse a los medios y las agruparon en 5 categorías: necesidades cognitivas, afectivas, personales de integración, sociales de integración y de liberar tensiones. (De Moragas, 2011)

La escuela de Palo Alto o Colegio Invisible con sus principales figuras: Gregory Bateson, Paul Watzlawick, Erving Goffman que los podemos encontrar en la referencia institucional del Mental Research Institute en Palo Alto (California) creada en 1959,

iniciaron sus estudios desde la antropología, psicología, sociología y filosofía, desde donde se elaboraron perspectivas distintas de las reinantes en los estudios sobre los efectos de los medios, incorporando un paradigma que entendió a la sociedad como construcción social de sentido, donde los sujetos interactúan y la construyen en la interacción. No por casualidad, esta es otra de las referencias que encontramos en los análisis de los procesos de subjetivación. Así que los medios de comunicación de masas fueron desplazados de su protagonismo como productores de efectos automáticos sobre los sujetos y se comenzó a concebir a la comunicación “en términos de niveles de complejidad, de contextos múltiples y de sistemas circulares” (Winkin, 2008, p.23).

Autores como Erving Goffman y Harold Garfinkel comenzaron a incursionar en la investigación etnográfica (Soriano, 2007). Goffman en 1979 publica un estudio que realizó sobre la imagen de la mujer y la ritualización femenina y masculina donde incursionó en la utilización de análisis semiótico de piezas publicitarias y la etnografía de la vida cotidiana, donde concluye que las publicidades reiteran las pautas sociales. También incursionará en la interacción de los medios de comunicación y el público, interpretando a los medios como otra alternativa a las relaciones sociales (De Moragas, 2011). Otro aporte es la incorporación del concepto marco o *frame* proveniente de Bateson, que hacen referencia al problema de la definición de la situación desde donde las personas interpretan y actúan consecuentemente (Acevedo, 2011), instalándose en los estudios sociológicos y en los estudios sobre comunicación a partir de 1974. En estos estudios toman la idea que el telespectador construye su propio significado, pero la noticia se enmarca en un acontecimiento, construye un marco que modela al receptor sobre todo en los temas que desconoce. Específicamente en lo que refiere al estudio de los informativos televisivos ubicamos a Gaye Tuchman, quien con herramientas provenientes de la fenomenología de Schutz y la etnometodología, abordaba el área de la producción de las noticias con técnicas de investigación participativa en las salas de redacción, entrevistas a los actores involucrados, análisis del vínculo entre estos y otros organismos que entran en juego a la hora de seleccionar y organizar los contenidos y la concreción de las noticias. (De Moragas, 2011).

Para el caso de los análisis de noticieros en la región encontramos un estudio realizado

en el 2003 en Colombia por los investigadores Borys Bustamante, Fernando Aranguren y Rodrigo Argoello donde a través del análisis crítico del discurso tomado de Van Dijk, de la semiótica y de las teorías sobre medios y educación, como de los estudios culturales, analizan a partir de una muestra de 17 noticieros nacionales de distintos canales, los aspectos formales (tiempo dedicado a cada temática -publicidad, deporte, política, etc.) y los aspectos discursivos que incluyen la forma de presentación, formato y ritmo de las noticias. Dicha investigación concluye de forma muy resumida que los noticieros tienden a uniformizar contenidos, fuentes y referentes creando un cierre discursivo que atenta contra la pluralidad de voces que se espera que los noticieros contribuyan en una sociedad democrática. (Borys y otros, 2004).

En Argentina encontramos a Farré donde se propone entender el noticiero como género ficcional ya que considera que utiliza procedimientos estéticos tomados de ese género y que su narración le da sentido a los acontecimientos. Para su análisis se centra en dos noticieros que considera modos diferentes de presentación, Telenoche que conceptualiza como neonoticiero y América 21 con un modelo más tradicional. Para su análisis se centra en las noticias sobre inmigrantes indocumentados en Argentina emitidas en enero-febrero del año 1999 y pondrá sobre la mesa como los sucesos se convierten en noticias (Farré, 2004).

Sobre las investigaciones en Uruguay de los informativos de televisión encontramos el estudio realizado en 1987 por Álvarez sobre los noticieros montevideanos. Su publicación data de 1988 y se titula “Los héroes de las siete y treinta”, ya que una de sus conclusiones es la preponderancia de los políticos en las pantallas de los informativos propio de un período histórico postdictatorial que buscaba reconstruir y reforzar la democracia. El investigador afirma que el noticiero central en los hogares uruguayos se configuraba como un “rito del atardecer” (p.17, 1988), haciendo referencia a la costumbre que se configura a su alrededor. Realiza un análisis de la poética de los noticieros desde una mirada semiótica sobre los 4 informativos de Montevideo, concluyendo que existía una la escasez de grandes diferencias entre los noticieros en los contenidos, criterios de noticiabilidad y tratamiento del discurso (Álvarez, L. 1988).

2.3 Medios, comunicación y cultura

Corrientes de investigación que aparecen en escena en los años 30 pero desde una visión crítica a los medios de comunicación, antagónica a la tarea de la sociología funcionalista con su visión sobre los medios como instrumentos para la democracia y reproducción del sistema capitalista es la denominada Teoría Crítica de la Escuela de Frankfurt. Los principales exponentes de esta fueron Max Horkheimer y Theodor Adorno, quienes emigraron a los Estados Unidos a raíz de la persecución de judíos e intelectuales de izquierda por parte de los nazis. Sus trabajos ponen en relieve la concepción sobre la cultura de masas que ellos prefirieron denominar industria cultural. Este concepto encierra su espíritu crítico sobre los nuevos medios de comunicación, como la radio y el cine, que “esclavizan y dominan a las clases populares de forma más sutil que en anteriores etapas” (De Moragas, 2011, p. 129).

Esta corriente teórica se ha centrado en la crítica al sistema capitalista y su lógica industrial llevada a todas las esferas sociales. La denominación “industria cultural” es un paralelismo entre las formas de producción capitalistas, propiamente marxistas, y la producción de contenidos de los medios de comunicación. Una lectura del marxismo aplicada a los medios de comunicación de masas (De Moragas, 2011).

En la articulación entre cultura y medios de comunicación se encuentra la Escuela de Birmingham con sus figuras como Richard Hoggart, Edward Thompson y Raymond Williams en sus inicios de los años 50 y 60, provenientes de las áreas de la literatura y posteriormente Stuart Hall, a fines de los años 60, quien se involucró a la articulación entre medios de comunicación, ideología y prácticas culturales. Desde una mirada crítica, se divorcian del determinismo economicista que caracterizaba la concepción de cultura de la Escuela de Frankfurt y se interesarán por articular los procesos de producción, distribución, consumo y recepción tomando en cuenta la diversidad de las prácticas culturales. De esta forma rompen con la idea de homogeneidad en la masa, para preocuparse por los contextos de recepción y las distintas prácticas culturales de los grupos sociales excluidos de los centros hegemónicos, a saber: mujeres, inmigrantes,

jóvenes, obreros, etc. La pertinencia para los estudios sobre la televisión y recepción son los trabajos realizados por Stuart Hall quien se preocupa en diferenciar la codificación, circulación y recepción-consumo de la televisión, para su estudio pero concibiendo a las mismas como la totalidad del proceso de comunicación (Hall, 2014).

Una referencia en los Estudios Culturales enfocados a la televisión y estudios de audiencias es David Morley. Siguiendo la línea de Stuart Hall y principalmente las posiciones del receptor trabajadas en su texto *Codificar-Decodificar* de 1973 donde pone sobre la mesa el juego del poder y distingue una lectura dominante, una negociada y otra resistida. Morley en sus trabajos como “The Nationwide audience: structure and decoding” y trabajos posteriores realiza una amplia investigación sobre las audiencias y la televisión, integrando metodologías cualitativas como las entrevistas en profundidad que le permiten investigar las narraciones televisivas y la decodificación tomando en cuenta el contexto de recepción en vinculación con lo social y sus lógicas de poder. Así propone que la decodificación de un mensaje se realiza en el cruce de relaciones sociales, en lugares y tiempos determinados pero compartidos con grupos, instituciones, aprendizajes y prácticas discursivas, se entrecruzan discursos diversos que a la hora de ser interpelado por otro y decodificar un mensaje siempre participa este complejo campo de comunicación, configurándose un interdiscurso (Morley, 1996, p. 113). No hay infinitas interpretaciones pero tampoco existen procesos universales de significación a través de los cuales se construye el sujeto. La decodificación está enmarcada en subgrupos sociales, subculturas y culturas, donde están insertos los públicos. De esta forma el sentido del mensaje no se extrae únicamente del análisis aislado de la codificación sino del encuentro con los públicos (Morley, 1996).

En América Latina tenemos referencias importantes que han contribuido a los estudios de la comunicación poniendo gran énfasis en la cultura y su articulación con los medios. Trabajos de investigación y reflexiones como las de Jesús Martín Barbero han impactado en nuestro trabajo para ser tomadas como plataforma para pensar el vínculo entre la televisión y la recepción. Regímenes totalitarios en América Latina y sus resistencias revolucionarias, los movimientos sociales y expresiones otras llevaron a Martín Barbero a cuestionar la centralidad de los estudios en los medios de

comunicación puesta en los efectos o en los mensajes, deslizándose hacia las mediaciones, a la cuestión cultural

“no sólo de conocimientos sino de re-conocimiento. Un reconocimiento que fue, de entrada, operación de desplazamiento metodológico para re-ver el proceso entero de la comunicación desde su otro lado, el de la recepción, el de las resistencias que ahí tienen su lugar, el de la apropiación desde los usos.” (Martín Barbero, 1991, p.10).

Sus investigaciones sobre la televisión como mediación, aquello que está “entre”¹⁰ implicó traspasar la atención a las articulaciones entre las diversas prácticas de comunicación. Pararse desde el “entre” es investigar qué es lo que hace que ciertas “matrices narrativas”¹¹ y escenográficas sigan vivas hoy. De esta forma investiga la televisión como una mediación entre el sistema productivo y las lógicas de los usos que la gente hace de ellos, usos que hablan de la competencia cultural que atraviesa la clase social. Es observando la organización del tiempo y del espacio cotidiano desde donde se mira la televisión a través de la etnografía que pretende realizar una tipología simbólica configuradas por el uso, el tiempo y el significado social de ese tiempo dedicado a la televisión (Martín Barbero, 1991).

Por último, otra de las investigaciones que ha sido referencia para nuestro trabajo y sigue la línea de los medios como mediaciones de Jesús Martín Barbero es Omar Rincón quién estudia las narrativas mediáticas de la televisión, radio y video en la especificidad del periodismo y la publicidad. Parte de la concepción que la comunicación es una intervención. La televisión interpela, actúa desde la lógica del

¹⁰ Uso el entrecomillado para objetivar aquello que enuncia la palabra **entre**, que en otros estudios sobre comunicación no es tomado en cuenta. Aquí todo aquello que hace al ambiente en el que se da la comunicación es objeto de estudio.

¹¹ Hace referencia a aquellas narrativas que se configuran como matrices culturales: relatos, gestos, dispositivos escenográficos que dan forma a lo popular, cotidiano, conocimientos adquiridos propios de la cultura. (Martín Barbero, 1991)

entretenimiento y el espectáculo, estas son su potencial. El autor se propone “analizar las *culturas mediáticas* o el modo propio como se da la comunicabilidad o la interpelación desde los medios de comunicación y cómo se construyen las estéticas o los modos del gusto mediático” (Rincón, 2006, p.14). Desde las condiciones de narración de los medios de comunicación se acerca a comprender los textos culturales tomando en cuenta que la acción de comunicar está más en los modos que en los contenidos y que cada medio narra de forma diversa pero lo común en ellos son las narrativas, la interpelación a través del relato (Rincón, 2006).

CAPÍTULO III: La interacción entre informativos de televisión y participantes, lineamientos y especificidades del abordaje

3.1 La perspectiva etnográfica para los estudios en comunicación

En este trabajo nos afiliamos a la perspectiva etnográfica para la investigación de los fenómenos de la comunicación. La adquisición de dicha perspectiva no implica el uso de la etnografía clásica sino la apropiación de su punto de vista experimental, según un uso creativo, crítico y reflexivo de las herramientas de investigación para la producción de conocimiento. A continuación presentamos sus aportes, qué implica la perspectiva etnográfica, su desarrollo en la investigación en comunicación para hacer foco en la construcción de nuestra herramienta de investigación. Por tal motivo, hacemos referencia nuevamente a las teorías que desarrollamos en el capítulo I para evidenciar el diálogo con la metodología experimental que nos propusimos.

Asumiendo que el fenómeno a abordar no es ajeno a nuestra experiencia cotidiana porque estamos inmersos en el flujo comunicacional, la propuesta de estudiar un fenómeno que nos abarca, donde los investigadores también somos parte, exige pensar una metodología que permita objetivar de forma cualitativa la experiencia compartida. Esta perspectiva nos sugiere realizar el ejercicio del extrañamiento, del asombro por lo que somos y nos rodea, problematizando lo que constituye al sujeto. Esta metodología nos permite focalizar en las prácticas constituyentes de un saber, más que en las formas de conocimiento desde las abstracciones de los axiomas (Álvarez Pedrosian, 2011). Por esta razón, en nuestro estudio se realizará el esfuerzo por conocer y explicitar las

conexiones y asociaciones que se dan entre los discursos de los receptores y sus experiencias, las narrativas de los informativos y su visionado, para dar cuenta de las líneas que conforman a la recepción. Por líneas nos referimos a los componentes rizomáticos que se atraviesan y constituyen la subjetividad, son los factores que influyen para producir formas singulares de vivir y apropiarse del informativo de televisión, de ser receptor. Se hizo referencia a esto en el capítulo I de este trabajo donde se expusieron las teorías a partir de las cuales conceptualizamos la subjetividad y su vínculo con la comunicación.

La etnografía de la comunicación, se presenta como un campo propicio para explorar en las ciencias y los estudios en comunicación. La misma aborda la interacción social y entiende cómo los micro-procesos se relacionan con los aspectos macrosociales, tomando la cultura como elemento configurador de las interacciones y considerando que las estructuras y las instituciones son producidas en la interacción (Soriano, 2007).

La comunicación es considerada puesta en común, entrecruzamiento de discursos diversos y huellas de la experiencia, sobrepasa los límites de la co-presencia y de lo local. La etnografía multilocal, nos brinda algunas herramientas para poder armar el rizoma a partir del cual emergemos como sujetos, en este caso como receptores de televisión. Nos proporciona una metodología para el abordaje de la circulación de signos, símbolos que se encuentran dentro del ámbito del discurso y los modos de pensamiento, permitiendo trazar relaciones y asociaciones, armar una red de locaciones y de producción cultural (Marcus, 2001). Estos aspectos nos animaron a diseñar un método que nos permitió armar los trazos asociativos, como un mapa de conexiones que atraviesan al receptor y lo impulsan a emerger como tal. En términos comunicacionales, el receptor deja de ser la figura ideal del receptáculo, adquiere vida, articula los mensajes con su experiencia de vida, y como dice Álvarez Pedrosian “Más que hacerme receptor, me hago en la recepción” (2009, p.4).

Aquí los procesos universales de significación se desmoronan. Su decodificación está enmarcada en subgrupos sociales, subculturas y prácticas sociales concretas donde están insertos los públicos, pero esto no quiere decir que existen infinitas interpretaciones de

un mismo mensaje. No se trata de anular aquello sedimentado, como el texto o la representación, para poner en juego sólo la expresión asociada a la creación singular. Sería imposible de hacer porque ambos son parte de la realidad que nos construye. Por esta razón, la inclusión de los “a priori” (Álvarez Pedrosian., 2009, p.8) es fundamental para nuestra producción de conocimiento pero “siempre en forma de caja de herramientas, estructuras-estructurantes puestas en uso en acontecimientos que de una u otra forma las reproducen modificándolas” (Álvarez Pedrosian., 2012, p.50). Es decir, es necesario poner al discurso en situación, sin tomarlo como algo acabado y exterior, sino incluido en la dinámica dialógica e interpretado con las herramientas teóricas que poseemos y estructuran el acontecimiento dado.

De esta forma adquirimos su mirada holística situacional, esto implica ir más allá de la fragmentación clásica de disciplinas y subdisciplinas (sociolingüística, psicolingüística, etnolingüística) y abordar el fenómeno desde la transversalidad. Tomamos en cuenta que los procesos de subjetivación no son el producto de una sola acción que nos afecta como seres, sino de varios flujos que nos atraviesan. Poder estudiar estos procesos requiere visualizar esa transversalidad y analizar el fenómeno desde la integración de distintas teorías disciplinares. Así adquirimos el análisis del uso del lenguaje en el contexto, alejándose del marco lingüístico referencial (Álvarez Pedrosian, 2012). Este último punto nos pone como investigadores en el deber de observar e interiorizarnos con los hábitos de comunicación, usos de los artefactos, canales, códigos de comunicación que usa la comunidad (Soriano, 2007). Para llevar a cabo esta tarea de interiorización, nos propusimos un visionado de los informativos de televisión, previo y posterior a las instancias grupales de intercambio con la población seleccionada. De esta forma nos adentramos en las narrativas de los informativos tomando en cuenta las formas habituales en que los receptores miran el noticiero, como por ejemplo, la del *zapping*, y esto es considerado a la hora de realizar el análisis.

En un aspecto, cada dispositivo de comunicación tiene sus propias características y propiedades que definen la forma de narrar y contar: habitar con sentido la experiencia de la vida (Rincón, 2006) y para comprender el vínculo entre ellas y sus receptores es necesario conocerlas pero no se debe descuidar la experiencia de recepción que se

configura también en un interdiscurso. Esto es cuando “Los mensajes del momento confluyen con otros que hemos recibido antes, mensajes explícitos o implícitos de otras instituciones, de personas conocidas o de fuentes de información en las que confiamos.” (Morley, 1996, p. 113). Por este motivo es necesario el análisis de los mensajes emitidos por los medios y la decodificación, resignificación y apropiación que los públicos hacen. Siguiendo a Morley sería examinar las “restricciones a la producción de sentido:

a) la estructura y mecanismos internos del texto/mensaje/programa, que invitan a hacer ciertas lecturas y bloquear otras” (Morley, 1996, p.111) y b) las particularidades del lector/receptor/espectador. De esta forma, para abordar la narrativa de los informativos de televisión y la experiencia e interpretación de la recepción, no basta con el análisis aislado de la codificación sino del encuentro con los públicos (Morley, 1996). Entonces, las costumbres y usos en la recepción, la interacción social, la experiencia de vida de los receptores e intensidades afectivas, participan y constituyen la instancia de interacción con el medio de comunicación, imprimiendo particularidades en el vínculo emisor-receptor. Así nos propusimos conocer la circulación de los mensajes de los noticieros a través de la conformación de grupos de intercambio, ofreciendo un espacio de interacción social en torno a los informativos de televisión y sus mensajes, también propusimos un encuentro entre diversos receptores observando un visionado en vivo, y además haciendo el esfuerzo de referenciar el discurso de los receptores con las narrativas de los informativos.

3.2 El diseño de la investigación y sus delimitaciones

En esta investigación indagamos el vínculo entre los informativos de televisión y su recepción. Nos proponemos como objetivo general conocer las narrativas de los informativos de televisión de canales abiertos de Montevideo y su contribución en los televidentes, la interacción y apropiación que producen. A partir de este primer objetivo general, nos propusimos recortar para hacer posible su abordaje a los siguientes objetivos específicos:

- Analizar las narrativas de los informativos de televisión a la luz de los efectos que generan en la interacción con los receptores.

- Conocer las prácticas informacionales y qué aspectos entran en juego en su selección y realización.
- Dilucidar y analizar las resonancias, las narrativas que se producen en relación y a punto de partida del informativo de televisión

De aquí se desprenden varias preguntas que empujan el acercamiento al fenómeno seleccionado. Por un lado, nos cuestionamos ¿a qué responde mirar el informativo de televisión?, ¿qué usos y costumbres habilita el informativo de televisión?, ¿cuáles son los flujos de comunicación que se accionan y a partir de qué narrativas de los informativos? y por último, ¿qué lugar en la vida cotidiana y en interacción con otros medios de comunicación se le otorga a los informativos?

La población seleccionada para el estudio atiende las siguientes características:

Adultos mayores de 50 años, que viven en Montevideo y tienen educación media; jóvenes entre 15 y 25 años que viven en Montevideo y tienen educación media. En ambos casos la condición era que miraran al menos 3 veces a la semana los informativos de televisión de canal abierto de Montevideo en horario central.

Estudios mencionados en los antecedentes de este trabajo dan cuenta que existe una gran participación de los mayores de edad en recurrir a los informativos de televisión como fuente de información.

Aumenta su relevancia al considerar que Uruguay es un país envejecido en comparación con los demás países de la región (Rodríguez & Rossel, C. 2010). También que las generaciones a partir de los 50 años de edad han vivido el nacimiento de la televisión y su incorporación acelerada a los hogares. Además, a partir de esta edad y sobre todo aquellas mayores de 60 años comienzan a reducir sus espacios de socialización, al menos en función de lo laboral, ya que en nuestro país adquieren derecho a jubilarse las personas que poseen 30 años de ejercicio y mayores de 60 años. Así “...los hombres muestran una “curva de salida” más abruptamente marcada por la edad en la que pueden acceder a la jubilación, las mujeres parecen comenzar a abandonar su trabajo

notoriamente antes de alcanzar la edad jubilatoria.” (Rodríguez, 2010, p. 56). Estos aspectos conducen a los adultos mayores a estar más horas en sus casas y en algunos casos con escasa interacción con otras generaciones ya que a partir de los 55 años comienzan a vivir también el vaciamiento del hogar (Rodríguez, 2010).

Por otro lado, encontramos la franja entre 15 y 25 años. Como mencionamos anteriormente, los estudios de consumo cultural muestran que en las franjas de menor edad progresivamente se tiende a un mayor uso de otros medios de comunicación como las herramientas informáticas. Consideramos que la apropiación de esta herramienta ha sido en edades tempranas, lo que Piscitelli llama los “nativos digitales” (2009), y eso los hace proclive a su utilización en la búsqueda y producción de información, además de estar en una edad donde la movilidad urbana, la pertenencia a multiplicidad de grupos sociales es mayor y su sociabilidad escapa al hogar.

Otras de las variables que tomamos en cuenta es el nivel educativo medio de los participantes, respaldado en que según los datos manejados los niveles educativos medios y bajos son los que presentan mayor grado de consumo de televisión y específicamente de los informativos.

Por último y nada menor, la condición por igual que nos planteamos es la frecuencia con la que se miran los informativos de horario central y definimos como mínimo 3 días en la semana. Es importante aclarar que la expresión “mirar” no implica una voluntad del participante en disponerse totalmente a mirar el informativo, o ser el autor del encendido del televisor, sino que hace referencia a compartir el espacio físico o circundante mientras está encendido el televisor en el horario del informativo central en el hogar. Consideramos que las modalidades de mirar la televisión son variadas y están insertas en dinámicas diversas (Morley, 1992).

En síntesis, con respecto a los participantes seleccionados tomamos en cuenta las franjas etarias mencionadas para la formación de grupos que comparten niveles educativos medios y que miren al menos 3 veces a la semana los informativos de televisión.

En las instancias grupales se llevaron a cabo momentos de interacción entre los

participantes y una experiencia de visionado de noticias. En todos los casos se les solicitó consentimiento informado para la participación, el registro y análisis de las instancias.

Previo y posterior a la realización de los grupos nos propusimos recrear momentos de visionado de los informativos de televisión de los canales abiertos de Montevideo del horario central, en el hogar.

Nuestro objetivo propuesto fue conocer las contribuciones de los informativos de televisión en la construcción de los procesos de subjetivación. Consideramos que las prácticas informacionales forman parte de las contribuciones a conocer. Entonces tomando en cuenta que la práctica cotidiana de mirar los informativos está muy regida por el *zapping* de los mismos, decidimos que la unidad a analizar debía ser el visionado en el que reproducimos esta forma de encuentro con los informativos, propio de la perspectiva etnográfica de nuestra investigación que vincula la vivencia y experiencia de los participantes de la instancia informativa.

Para el análisis de los informativos de televisión nos propusimos partir de lo observado y recogido en los dispositivos grupales, aquello que los participantes traen al grupo sobre el formato informativo desde diferentes posturas: desde el agrado al desagrado, en la complejidad de la coexistencia de ambivalencias, ambigüedades y contradicciones propias de nuestra subjetividad. Por otro lado, tomamos aspectos que en nuestra experiencia de visionado previo a los grupos llamaron nuestra atención y además están en diálogo con estudios vinculados a la temática.

Finalmente, el análisis que construimos surge de los cruces mencionados, la experiencia compartida discursivamente por los participantes del grupo, nuestra experiencia de visionado, aspectos de la experiencia del visionado en los grupos, antecedentes en el estudio de la televisión y los noticieros. Como investigación cualitativa buscamos revelar la red de significados y de factores que son parte de la situación de recepción pero no necesariamente portan un significado, sin embargo le dan sentido social a la recepción de los noticieros de televisión. Asimismo analizamos dichos elementos con el fin de contribuir al conocimiento sobre los procesos de subjetivación y a la ciencia

interpretativa de las significaciones culturales (Geertz, 2003, p.20). De esta forma el cuerpo del análisis es la descripción e interpretación contextual, hermenéutica de los enunciados de los grupos y las narrativas de los informativos de televisión.

3.3 Visionado y dispositivos grupales

Nos propusimos seleccionar una semana de edición de los informativos de horario central de los 4 canales de Montevideo, 4, 5, 10 y 12. Previas a la realización de los dispositivos grupales y una semanas posteriores. A esto le llamamos el visionado, que consiste en realizar una recreación de la instancia de mirar noticieros de televisión en el hogar, recreando el *zapping*.

El visionado previo posibilitó tener un horizonte común de referencia más próximo en el tiempo con los grupos y a partir de él seleccionamos dos noticias para ser reproducidas en la instancia grupal.

Esas noticias fueron elegidas según los siguientes criterios:

- Temática recurrente en la semana. Esto puede ser por auto-referencialidad, es decir, que una noticia cite a otra anteriormente emitida con la misma temática, o que se repita en los diferentes canales tomando en cuenta que eso impone una temática en la opinión pública.
- Una noticia sobre seguridad o rapiñas porque se encuentran dentro de las noticias de mayor consumo según los estudios de audiencia mencionados anteriormente (Perroni, 2009 y Amen, 2016).

El segundo visionado se realizó luego de los dispositivos grupales, donde volvimos a hacerlo por una semana. Este nos permitió conectar el enunciado grupal, la experiencia, usos y costumbres, con los noticieros.

Realizamos 4 grupos. La primera etapa la hicimos a mediados del 2016 y la segunda un año después. Cada etapa consistió en la concreción de un grupo de jóvenes (16 a 25) y otro de adultos (mayor 50) con el objetivo de que los participantes se centren en la

experiencia de mirar informativos de televisión. Se pretendió lograr una instancia donde los integrantes hablen sobre lo vivenciado, sobre la acción cotidiana, donde pueda observarse un orden de su realidad vivida y actuada que se encuentra dentro del dominio subjetivo.

La convocatoria a los grupos se efectuó de varias maneras. Para la primera instancia (año 2016) nos contactamos con conocidos que pudieran tener contacto con gente que estuviera dentro de los perfiles que buscaba. De esta forma los llamamos a cada uno, corroboramos que estuvieran dentro del perfil y les preguntamos si tendría voluntad para participar de un grupo para hablar sobre los informativos de televisión. Una vez confirmado al menos el triple de personas que necesitaba en cada grupo (25), me volví a comunicar con ellos para pasarles la fecha y hora de las instancias. El propósito en esta ocasión era tener al menos 15 confirmaciones.

En el caso del grupo de menor edad (15 a 25), también me aproximé a grupos que estaban iniciando la licenciatura en comunicación, considerando que aún mantenían más cercanía con el perfil medio de educación ya que recién comienzan su nivel terciario de estudio.

A la primer convocatoria (año 2016), en el caso del grupo entre 16 y 25 años concurrieron 5 jóvenes, 2 mujeres y 3 hombres; en el caso del grupo mayor de 50 concurrieron 4 adultos, 2 mujeres y 2 hombres.

La segunda convocatoria (año 2017) a los grupos, además de recurrir a contactos para que nos pudieran derivar a personas con los perfiles que buscaba, nos propusimos ir a centros educativos de educación técnica para convocar personalmente a jóvenes y adultos que cumplieran con el perfil y tuvieran voluntad de compartir un espacio de intercambio sobre los noticieros. Para esta instancia preparamos un pequeño cuestionario para recabar los datos que nos servirían para la selección de los interesados.

Asimismo, invitamos nuevamente aquellos que no pudieron participar de los primeros grupos por razones de fuerza mayor pero habían demostrado interés.

Por último, convocamos nuevamente a la nueva generación de estudiantes que ingresaron en la Facultad de Información y Comunicación (FIC).

En esta segunda oportunidad participaron en el grupo de 50 años en adelante 9 adultos, 5 mujeres y 4 hombres. En el grupo de 16 a 25 años participaron 7 jóvenes, 3 mujeres y 4 hombres.

Con respecto a la instancia que llamamos dispositivo grupal, tuvo como objetivo crear un espacio de conversación e intercambio entre los integrantes sobre los informativos de televisión en su vida cotidiana.

Además, propusimos una instancia donde se expuso al grupo a la experiencia de visionado del par de noticias seleccionadas, con la idea de relevar las acciones durante la recepción y la interacción que se da a partir de la vivencia del visionado.

Con esta técnica buscamos instalar un espacio donde se articula el habla, el orden social y la subjetividad; y de esta forma conocer el enunciado social que pone de manifiesto la mediación simbólica (Canales,1994). Al mismo tiempo tomamos en cuenta que a la hora de mirar y/o escuchar a través de cualquier medio de comunicación, los sujetos se encuentran en el cruce de varias rutas vivenciales y de significación, lo que serían los componentes de subjetivación (Guattari, 1996). Para conocerlos, reconstruir su efecto y establecer las asociaciones entre recepción, noticias y contexto, planificamos una instancia de visionado de televisión, donde se pueda vivenciar la multiplicidad de estímulos que el mensaje televisivo envía, tuvieran oportunidad de emerger y ponerse en crisis nuestras referencias y vivencias previas, interiorizadas, a las que recurrimos para decodificar los mensajes, y fuera posible identificar los factores constitutivos de los ambientes de la interacción en el espacio del visionado.

El dispositivo grupal consistió en un espacio conformado por dos roles prescriptos el de la presentadora (investigadora) y la observadora (registro) y el grupo de participantes. Para su conformación consideramos primero que el número de integrantes fuera entre 4 y 9 personas, ya que estas cantidades evitarían la conformación de parejas o triángulos que obstaculizan la constitución de lo grupal (Canales,1994), y segundo que el grupo

asegurara un mínimo de heterogeneidad, integrando participantes conocidos entre ellos y otras personas no conocidas pero intentando que en el número de los primeros no prime y así evitar los “subgrupos”.

La tarea que debieron llevar adelante los grupos constituyó dos momentos:

1. Intercambiar sobre los informativos en sus vidas cotidianas
2. Intercambiar la experiencia de visionado de noticias.

En la primera instancia buscamos que se produzca el enunciado grupal desde “fuera”, es decir, su vivencia de los noticieros de la televisión, más ampliamente con la televisión como también la experiencia con distintos medios que usan para informarse (prácticas informativas). En el segundo momento perseguimos el fin de que el enunciado grupal se construya desde la experiencia de visionado en ese espacio. Sin embargo, en ambos momentos el enunciado emergente estará atravesado y conformando el discurso social.

La tarea hace referencia al principio ordenador y convocante del grupo, así como a la finalidad del mismo. Por lo tanto, los participantes no conforman un grupo por fuera de este espacio en la medida que se integraron a una actividad con otras personas que no conocen y que el grupo se define en función de la tarea propuesta, de esta forma se inicia y culmina en esa ocasión (Canales, 1994).

Además, en los grupos participaron la investigadora y otra persona que cumplió el rol de observadora y encargada del registro fotográfico y audiovisual. Llevamos adelante las siguientes pautas:

- Presentación del encuadre de trabajo: horario de inicio y finalización.
- Presentación de la tarea: intercambiar sobre los informativos de televisión en su vida cotidiana, explicar que se realizará un visionado de noticias para luego ser comentadas sus impresiones.
- Facilitar la comunicación entre los integrantes, hacer circular la palabra.

- Propiciar la conformación de un grupo y no una entrevista con la investigadora. Esto se llevó a cabo tomando en cuenta que el rol de la investigadora sería el de acompañar al grupo a la realización de la tarea con intervenciones puntuales que pongan al grupo en tarea y no intervenir desde la interpretación.

CAPÍTULO IV: Análisis

4.1 Narrativas de los informativos de televisión

El mensaje de televisión no es unilateral, sino polisémico, pero posee una dominante de sentido. En un discurso televisivo las categorías están insertas en su narrativa, esto es “el flujo de las imágenes [...] capaces de transmitir un mensaje y, por consiguiente, de contar una historia” (García Jiménez, 1993, p.176) y a través del uso de imágenes en montaje, los tonos de voz y sonidos utilizados, los textos orales y escritos que se superponen se configura una experiencia comunicacional.

Cada medio tiene sus particularidades y transformaciones a medida que las apropiaciones de los sujetos, la competencia mediática y la interacción de otros medios, les exige innovar, de esa forma se van dando los cambios en la estética y modos de narrar.

Cabe en este capítulo enfocarnos en conocer cuáles son las características de la narración audiovisual que practican actualmente los noticieros de televisión de Montevideo. Haciendo énfasis en la narración creada por la producción de noticias iremos desvelando en qué modalidad de visionado se inscriben y que efectos produce.

4. 1.a La inmediatez de la experiencia



*“...Me parece lógico que tengan que mostrar la noticia, es lo natural, es lo que está sucediendo.”*¹² Hace el comentario una de las participantes de los grupos al hablar sobre las imágenes de un asesinato presentado en el informativo central.

También entre los adultos encontramos expresiones como la siguiente: *“Los informativos son muy importantes. Porque es como tener una ventana abierta para ver lo que está sucediendo”*.

Lo *“lógico”* es que la televisión muestre. Una de las características principales de los informativos de televisión, a diferencia de otras modalidades del periodismo inscripto en otros medios, es la posibilidad de mostrar, dejar ver los acontecimientos tanto a tiempo real o en diferido. También presenta la facilidad de transmitir la imagen superando el obstáculo del tiempo y el espacio, ya que puede verse en directo una acción que está ocurriendo en un lugar alejado del que la recibe. Características que ofrece el medio al televidente participante y esto es lo que fascina de la televisión (Sánchez en Rincón, 2006), es lo que esperan los televidentes participantes de un informativos de televisión.

En la imagen que colocamos al inicio se puede ver la toma de una grabación de una cámara de seguridad durante un robo. Ésta es puesta en pantalla por el informativo Telenoche de Canal 4. En detalle vemos gráficos ubicados en el tercio inferior de la

¹²Durante todo el análisis las citas de los participantes de los dispositivos grupales siempre serán presentadas entre comillas y en cursiva.

pantalla donde aparece una leyenda: “Asalto en el Pinar, delincuente quedó grabado por las cámaras”. Los gráficos con leyendas sintetizan la información que la voz en off del periodista desarrolla, estéticamente destacados, el texto pone en relieve qué ocurrió, quién está involucrado y dónde ocurrió. La información que se presenta como relevante, destacada de la noticia, es que el delincuente pudo ser tomado por la cámara de seguridad.

La cuestión que entra en juego en el ejemplo es percibir cuál es la noticia. El potencial que tiene el periodismo de televisión sobre otros estilos de periodismo es la posibilidad de mostrar, esto dentro de otras condiciones que lleva consigo el periodismo, como las menciona Rincón tomadas de Bourdieu, entre otras: las del saber periodístico que en la búsqueda de la sorpresa persigue la primicia, la exclusividad en la noticia e “impactar al público” (Rincón, 2006, p. 120). El medio de comunicación impone su potencia, la imagen, lo visible prima. El ejemplo seleccionado da cuenta que la “noticiabilidad” es la grabación del delincuente en la cámara de seguridad, éste es el valor de la noticia. Al decir de Marcela Farré, es la imagen, lo visible lo que tiene el valor noticioso (Farré, 2004). En este caso el carácter de noticia es dado por la forma en que un medio de comunicación transmite información que considera relevante divulgar. La imagen a ganado por sobre la temática o el asunto a informar. Lo relevante es ver.

En los últimos años el uso por parte de los noticieros de televisión de tomas de cámaras de seguridad y grabaciones de celulares particulares compartidas en las redes sociales, se está haciendo cada vez más frecuente y escapa a un estilo de noticiero. Podríamos decir que “se viralizó”, usando un término que proviene del campo de la medicina pero comenzó a usarse en Internet y hace referencia a la velocidad con la que se expande la reproducción en las redes sociales y distintos medios de una misma noticia (Peschiera, 2018). En los visionados de los noticieros pudimos confirmar este uso. Su frecuencia se da en noticias sobre asaltos, homicidios, accidentes en la vía pública o catástrofes, con leves diferencias enmarcadas según el perfil del noticiero.

El Canal 4 con su informativo Telenoche, está catalogado por los participantes de los grupos, como el noticiero en el extremo del sensacionalismo y el que usa con mayor frecuencia estos recursos audiovisuales en sus crónicas policiales. En efecto, este

noticiero se destaca por dedicarse mayoritariamente, en comparación con los demás, a la crónica policial y por ende al tema seguridad (Amen, 2016), y presenta mayor cantidad de noticias policiales exclusivas con utilización de estos recursos visuales.

Sin embargo, durante ambos visionados observamos que el uso de cámaras de seguridad es frecuente en los tres canales privados de Montevideo y no una exclusividad del informativo con impronta de crónica policial. El Canal 5, canal público gestionado por el Estado, con su noticiero TNU, no utiliza este tipo de recursos visuales y presenta mucho menor cantidad de noticias policiales. A pesar de eso, en el caso de catástrofes climáticas sí ha utilizado estos recursos.

A partir de nuestro visionado pudimos detectar una diferencia que podemos dividir en dos bloques, el de los canales privados y el canal público nacional. Esta separación no es menor ya que el primer grupo (canales privados) se asocia a lo que Farré llama neotelevisión¹³, apareciendo en los informativos la convivencia contradictoria de “los valores informativos y los valores de empresa” (Farré, 2004, p.40). La carrera por el *raiting* y la posibilidad de captar nuevos auspiciantes, por obtener masividad, lleva a los canales de televisión privada a caer sobre lo obvio, sobre aquello que da rédito de forma inmediata, lo vendible, el sentido común construido en función del medio.

La idea de mostrar, como también la del informativo de televisión como “*la ventana abierta*” está presente en el relato de los televidentes mayores de 50 años integrantes de nuestros grupos. Ellos esperan que el informativo les ofrezca ese espacio de visibilidad sin filtros, sin retoques, como se da la toma espontánea del exterior al abrir una ventana. Este común acuerdo entre la producción y la recepción ha llevado al extremo el desarrollo de esta prótesis de la vista, “iluminación pública” (Virilio, 1998, p.33) que de forma simultánea ofrece la luz a una cantidad importante de espectadores. La iluminación pública hace referencia a ofrecer luz donde antes no había, proyectar sobre

¹³Con este término Marcela Farré (toma de Umberto Eco) hace referencia a un estilo nuevo e innovador de los noticieros que implican otros recursos además de los mencionados, como la ficcionalización, la expresión de la subjetividad, los temas diferentes, el formato videoclip, la estructura cíclica de los temas, la heterogeneidad en el flujo del programa, etc.; a diferencia del paleonoticiero que presentaba una estructura más rígida de división y organización de temáticas y donde el noticiero se caracteriza por mantenerse en su misión de servicio informativo a la comunidad.

una cantidad importante de personas imágenes que a través de una ventana no podríamos alcanzar. Ahora, el avance tecnológico nos ofrece la posibilidad de la transmisión de cámaras de seguridad o tomas de celulares particulares de hechos que se dan en espacios en su mayoría privados o que tienen acceso pocas personas simultáneamente, son proyectados sobre millones de personas modificando por completo el punto de vista y vivencia de los acontecimientos.

“Ver por el ver” (Imbert, 2004, p. 71), para Imbert es la nueva lógica adoptada por la televisión que permitió el pasaje del espectáculo como autonomización de la representación al espéculo, instaurado por la primacía de los *reality show* (2014). Es interesante tomar en cuenta que el registro de la vida cotidiana y su exhibición a un gran número de personas, no es algo que nace con la televisión y menos con los *reality show*. El poder ver y verse era lo que acercaba a las personas a las salas de cine en sus primeras exhibiciones de mediados del siglo XX en Uruguay (Pereira, 2009), lo que marcó el comienzo del cine y del noticiero en la pantalla grande y luego fue trasladado a la televisión (Pereira, 2009).

En uno de los grupos de jóvenes, expresa una participante: “(...) *mirar el informativo para ver qué está pasando en Montevideo, qué pasa en la calle, la inseguridad, ... te podés informar eso andando en la calle, caminando*”.

Los participantes de los grupos de diferentes edades se distinguen en gustos y sentimientos frente a los noticieros, pero muestran unanimidad en que no hay duda de que se encuentran en el noticiero, experiencias, lugares y espacios comunes por donde transitan los residentes montevideanos. Así podríamos aventurarnos a decir que esta posibilidad de ver, se intensifica principalmente con la identificación de espacios comunes y de su reconocimiento en el informativo de televisión. Este se vive como la transparencia total de lo que acontece en las calles de la ciudad, parece no haber mediación alguna. El medio se presenta así como canal que traslada información cruda de un lugar a otro, y los estímulos visuales y sonoros lo potencian.

El informativo de televisión nos muestra pero en la “heterogeneidad de los componentes que agencian la producción de subjetivación” (Guattari, 1996, p.15) surgen

singularidades. Aquello que muchas veces desde la vida adulta se traduce como desinterés de los jóvenes por informarse, por conocer y saber, en los grupos de jóvenes entrevistados se expresa como no querer mirar el informativo de tv porque lo que les ofrece, dentro de esta lógica de mostrar los actos delictivos y violentos, es lo que ven en la calle y no necesitan, ni desean verlo nuevamente. Con ellos se hacen evidentes otras formas de estar informados rechazando la agenda mediática que se les ofrece desde este formato específico.

Como dijimos anteriormente, los adultos mayores entrevistados esperan ver. Parece ser que los hijos del cine y la televisión que documentaba las fiestas nacionales, las festividades y acontecimientos públicos de fines de siglo XX, rememoran o reactualizan estas viejas prácticas, diariamente.

Con respecto a aquellas producciones de antaño, es significativo tomar en cuenta los relatos que Antonio Pereira (2009) nos cuenta sobre los primeros noticieros. El formato de un *tape* noticioso con tomas en exteriores al estudio presentaba una matriz que se mantiene, tomas montadas de imágenes del acontecimiento noticioso en cuestión y voz en off que describe el hecho. Sin embargo, desde la producción los camarógrafos eran las figuras más relevantes en la producción de noticieros, que salían a la captura de acontecimientos en la vía pública para ser proyectadas (Pereira, 2009, p. 77).

Actualmente con el uso de las imágenes extraídas de las cámaras de seguridad, como vemos en la imagen analizada, nos surge la pregunta: ¿dónde está el ojo del camarógrafo, del que selecciona para editar la noticia? La captura que se observa en la pantalla del televisor es del programa de seguridad de una computadora. El recorte realizado por el noticiero deja ver en el tercio superior de la imagen, los íconos del programa de seguridad, además de la captura cruda, sin mirada, de una cámara fija que capta la “hipervisibilidad” (Imbert, 2004), la realidad transparente y con aparente ausencia de filtros. De esta forma se presenta como una “ventana”, como se expresó en uno de los grupos de adultos, no se percibe la existencia de un camarógrafo que esté seleccionando o recortando el punto de vista. La eliminación de la mirada mediadora transforma la percepción. De facto “eso está sucediendo y yo lo estoy mirando”. Se elimina al que mira y se introduce la imagen captada por una máquina (Virilio, 2004).

Esta imagen de cuadro inmóvil ha construido una estética en función de la cámara quieta, angulada en picado. Es la fórmula del espectáculo, que nos hace creer que estamos ahí participando en él sin estarlo (Rincón, 2006).

Al mostrar las mismas imágenes que vemos diariamente en las pantallas de vigilancia, imágenes de las calles, cajeros o supermercados de la ciudad, el televidente que está mirando el noticiero es motivado a conectarse con esos lugares. A su vez, la incorporación de este tipo de imágenes en nuestra experiencia cotidiana es actualmente más frecuente. Ahora se observan en almacenes o supermercados, sobre las cajas principal pantallas con las imágenes de cada uno de los rincones del lugar, es algo que vivimos todos aquellos que salimos de compras. Podemos atrevernos a decir que experimentamos ésta estética a diario: la imagen un poco pixelada, planos generales y en picado, tomas de corredores con góndolas. El uso de este recurso por los noticieros introduce esta estética en los medios masivos y nos lleva a lugares compartidos, nada ajenos a nuestra realidad cotidiana. Tal vez no sea una relación de intimidad que implicaría el uso de otros sentidos como el gusto, olfato o tacto (Rincón, 2006) pero sí de proximidad a distancia, tomando en cuenta la identificación de espacios comunes de la ciudad.

En uno de los grupos de adultos, una participante comparte: *“El delincuente ya viene nervioso y no les importa si porta un arma, si es un policía o si es un niño. No les importa. Yo tengo una experiencia muy fea, mi nieta se iba con la madre después de casa, ahí cerca de Maroñas. Y ella trabaja hasta las 10 de la noche en una cafetería en Pocitos, entonces, la levanta y se va para la casa. Llegando a la esquina de la casa, dos jovencitos en moto la pasan, vuelven y cuando vienen por atrás se le ponen adelante y la paran, a mi hija y a mi nieta. Mi hija le daba todo, pues el otro jovencito se bajó de la moto y le puso el revólver en la cabeza a mi nieta”*.

De esta forma también la interpelación a través de espacios e imágenes comunes se concreta en la seducción del espectáculo noticioso, que a través de la experiencias evoca las del receptor en la búsqueda de producir efecto (Rincón, 2006).

En el primer visionado previo a la realización de la instancia grupal, en mayo del 2016,

podimos observar que todos los noticieros sin excepción, utilizaron tomas de cámaras de seguridad y de teléfonos celulares particulares con el registro de un tornado que pasó por la ciudad de Dolores, Soriano, a mediados de abril. Un fenómeno nada frecuente en el país, ya que antecedentes similares no se registraban desde el año 1970. Dicha excepción, habilitó a los informativos de televisión a utilizar las grabaciones que fueron colgadas en las redes sociales y viralizadas a gran velocidad, así como la grabación de una cámara de seguridad de una zapatería seriamente dañada por el tornado. La devastación que causó este fenómeno meteorológico en la ciudad de Dolores fue excepcional y esto llevó a mantenerlo varios meses en las pantallas en manos de los noticieros, entre las búsquedas de víctimas, situación de los damnificados y la reconstrucción de la ciudad.

F1- *Y con respecto a tu pregunta. Ahora yo no hablo con nadie, porque vivo concentrada. (...). Pero cuando trabajaba, en la gente, al sujeto lo que le queda del informativo es lo policial. Le queda el sujeto todo eso, lo que paso, lo que coparon, si se salvó.*

M2- *Aparte que es el morbo.*

F2- *Bueno, es como la catástrofe que tuvimos ahora en Dolores, yo que sé. Y alguien dijo, esto dentro de unos días ... (hace gesto de tranquilidad, silencio). Y así fue. Claro, han pasado, si están haciendo tal cosa y tal otra. Tampoco pueden estar todos los días. Pero digo, para nosotros, al lado por ejemplo ayer en EEUU. Que mi marido me dice: vení a ver qué imponente, el tornado no sé en qué lugar de EEUU. Yo estaba en la cocina y no llegué. Pero dice, -lo de acá era nada.*

“Bueno, es como la catástrofe que tuvimos ahora en Dolores,...” comenta una participante del grupo de adultos realizado en el 2016. Esta expresión surgió a raíz de comentarios sobre cómo llama la atención el sensacionalismo en los noticieros y cómo las formas de presentar las noticias tratan de “*buscar el morbo*”, comenta un hombre del grupo. Las mismas emergieron en la primera etapa del diálogo grupal, antes de exponer en el grupo los videos de las noticias seleccionadas (una de ellas era sobre el tornado de Dolores). En esta primera instancia se comprueba que las noticias sobre el tornado tuvo

un impacto importante porque continúa circulando en la conversación social.

En la segunda convocatoria grupal una participante adulta comenta: “(...) *la muerte de este policía. Y lo pasaron en la televisión, en el informativo del 4, del 10 y el 12 y mirabas exactamente lo mismo.*”

Este también es otro emergente que se comparte en el grupo previo a mirar las noticias. En la semana de visionado previo a la realización de esta instancia grupal, se transmitió en los tres canales privados de Montevideo (4,10 y 12) la toma secuencia de una cámara de seguridad. En esta se tomaba el asalto de un bar donde un policía que trabajaba de guardia de seguridad intentó evitarlo y fue asesinado por el delincuente. El momento del asesinato fue capturado por las cámaras de seguridad del local y usado por dichos canales para su transmisión.

Para el visionado en los grupos de discusión seleccionamos el caso de Dolores y el asesinato del policía, ya que su replicación y repetición en los informativos fue excesiva en un gran número de días y minutos de transmisión, propio del fenómeno de viralización de una noticia (Peschiera, 2018). El impacto de estas producciones mediáticas se confirmó al considerar que los participantes hacen mención a dichos acontecimientos y su abordaje por los informativos, confirmando la repercusión de esas noticias. Aquí se ilustra cómo son atravesados los participantes por el tipo de noticias que utilizan estos recursos audiovisuales al traerlos al diálogo grupal de forma espontánea.

En el grupo presentamos dos noticias distintas y en una de ellas usaban tomas de cámaras de seguridad. Al finalizar el visionado la primera noticia comentada era la que presentaba dichas imágenes, quedando la otra relegada y requiriendo de nuestra intervención para colocarla en el diálogo grupal. Este es el shock logrado por el informativo, parte de la propuesta de una estética del entretenimiento y dentro de esta del espectáculo que propone una relación entre la producción - exhibición y un “contemplador a distancia” (Rincón, 2006, p.58).

De esta forma prima el impacto afectivo y emocional sobre los datos que puedan considerarse objetivos en el mensaje. Queda en el recuerdo de los televidentes

participantes aquella información que apela a lo afectivo, en la que se vivencia la inmediatez de la experiencia.

4.1.b El Vouyerismo y su potencialidad

“Dando detalle de cómo... asaltan, sacan un revolver. Hacen todo ese detalle...” es el comentario de una de las integrantes de los grupo de adultos, indignada y también asombrada de la cantidad de tiempo dedicado y la minuciosidad en los detalles, sobre todo en las noticias policiales.

Otra integrante expresa: *“el 4 me parece que son muy morbosos. ...esas noticias así, que muestran, que son muy...no sé,... hasta un accidente. Me parece que son demasiado morbosos. Mi marido mira el 4 a veces.”*

También comparten dos mujeres adultas en uno de los grupos:

F3- - Pero la televisión es algo que uno pasa la noticia pero al mismo tiempo te llama y vos vas y la mirás. En cambio la radio, usas parte un poco de imaginación y no te metes tan en lleno a esa parte fea de la noticia. Porque a veces la noticia te impacta, ya sea por el asesinato de una mujer, la violación de una niña, la muerte de una persona, un robo, el robo o asesinato de unos ancianos, todo eso si a vos te lo están mostrando te impacta muchísimo más, en cambio si vos lo estás escuchando como que no te shockea tanto.

F.1-Claro no tenés el impacto visual

Fueron aspectos muy presentes en las reflexiones de los participantes en todos los grupos: la exposición de detalles y la gran cantidad de tiempo dedicado a las noticias que informan sobre tragedias o situaciones de violencia. Al volver al visionado nos llamó la atención, por sobre todas las cosas, el uso de algunos recursos audiovisuales provenientes del lenguaje narrativo cinematográfico. Aquí nos detendremos a analizar

porque consideramos que da cuenta del efecto de repudio como también de motivación para acercarse, ya que como dice un integrante del grupo parece ser que “*a la gente le gusta eso también*”, tomando en cuenta como son las noticias que circulan con mayor facilidad.

Cassetti nos apunta “la imagen: señala el paso de un mundo simplemente filmable a un mundo tal como ha sido filmado, de un conjunto de posibilidades a una elección precisa.” (1991, p. 233). Por un lado, el punto de vista manifiesto en una imagen encarna una construcción del que la produce, por otro, una “clave” de lectura para recorrer la imagen, configurándose la relación entre autor y espectador. Ya no hablamos de construcción del relato únicamente, sino de esta puesta en escena que construye miradas y por sobre todo formas de estar, de ser en vínculo, de participar en la puesta en común o sea, de producción de subjetividad (Álvarez Pedrosian, 2009; Guattari, 1996)

Me propongo describir en detalle una secuencia de la noticia de un robo de supermercado, transmitida por el canal 12 en el visionado que realice en el año 2016. Comienza el informe sobre la noticia con las tomas de la fachada de un supermercado durante la noche, hora en simultáneo con la transmisión del noticiero, la voz en off de la periodista que comienza relatando “el hecho sucedió en las primeras horas de la mañana en un supermercado de la zona...” En ese momento, las imágenes nos trasladan al momento del robo: imagen de día, un plano general picado de la calle, sobre la vereda se ve una persona caminando encapuchada, con un bolso en la espalda. Camina alejándose de la cámara hacia el ángulo superior derecho del encuadre donde se ve que ingresa a un lugar desapareciendo del cuadro. Luego, la siguiente toma es un plano general y cámara en picado del recibidor de un supermercado. La persona encapuchada ingresando al local con el bolso en la mano. Así se continúa con las tomas de las cámaras de seguridad que se encuentran en distintos espacios del supermercado haciendo el seguimiento de la persona dentro, cuando camina por los corredores mientras que saca del bolso un machete. Por 3 segundos, se muestra un acercamiento congelado de la persona de cuerpo entero con el machete en mano, luego otra imagen más cercana de la persona frente a una mujer situada de espaldas a la cámara que captura la situación en picado. Por último, se muestra la toma general y en picado de la persona

encapuchada de espaldas, saliendo por el corredor por donde ingresó.

Una narración de un robo que no necesitó más que las tomas de cámaras de seguridad para ser montadas y dar el desarrollo de toda narración básica: presentación y escenarios, conflicto y resolución.

En esta oportunidad nos interesa detenernos en el lugar, que a través de la construcción de la narración visual, se coloca al espectador. Lo más destacado es que los telespectadores participantes pueden ver todo desde las alturas, pueden tener una vista panorámica de los hechos, desde un lugar privilegiado. Ese punto de vista que ofrece el plano general y la angulación de la cámara en picado, permite sobrevolar la situación, coloca al telespectador participante en el lugar de la omnipresencia, donde todo lo puede ver y hasta acercarse a los detalles, sin ser visto.

Estos recursos en el mundo fílmico son muy comunes de utilizar para dar al espectador el lugar del “vichón” o *voyeur*. El mismo hace referencia a la acción de mirar sin ser visto, sin ser autorizado por el cuerpo del otro, poniendo en juego la prohibición y la “relación entre la mirada con la curiosidad y/o el deseo” (Sanabria, 2008, p.164). Se caracteriza esta posición con la “perspectiva subjetiva” ya que se empareja esta mirada a la de un personaje o entidad que no es visible y se supone su presencia en la disposición de la mirada (Sanabria, 2008). Sin embargo, en este caso, como lo analizamos en el punto anterior de este capítulo, este tipo de fuentes (cámaras de seguridad) no presuponen una subjetividad que controla la cámara, que propone una mirada sino por el contrario, la cámara se presenta neutra y simula una captura “objetiva”¹⁴.

Es desde determinado punto de vista que invita el informativo a arrimarse a la historia. Este es un lugar privilegiado que permite visibilidad total y detalle, como tomando el lugar y la posición del investigador, del guardia de seguridad, del policía, o del que controla la movilidad de los bienes. En la lógica de que todo debe ser visto se configura el control de la “serpiente”¹⁵ (Deleuze, 1991) que se moviliza. Esto ha conducido a

¹⁴El uso de comillas ironiza con la concepción de objetividad de una captura, ya que ninguna captura de cámara es objetiva, siempre hay una selección, un recorte de lo que está aconteciendo.

¹⁵Deleuze utiliza la imagen de la serpiente para dar cuenta de las lógicas de las sociedades de control, propias de las relaciones que se configuran en el capitalismo actual caracterizadas por la movilidad, el flujo e intercambio; y menos por el encierro y la acumulación (característico de las sociedades

Deleuze a aventurarse en la idea de la sociedad de control, donde aparecen estos dispositivos de las tomas de imágenes y tarjetas electrónicas. Estos dispositivos permiten la movilidad libre y así configuran la lógica de la movilidad, y al mismo tiempo, en el afán del control del flujo buscan establecer ubicaciones, localizar y georreferenciar acciones. Además, en esta configuración, todos nos controlamos entre todos. Este es el atractivo de este tipo de imágenes, el de poder llegar a ser el controlador, el que todo lo puede ver.

Uno de los atractivos de una actitud de “vichón” es desafiar los obstáculos de la dislocación del tiempo y el espacio, por ejemplo aquello que prohíbe mirar una instancia íntima. Dicha prohibición caracteriza a este personaje típico entre nuestra cultura y otras cercanas. Y otro motivador que construye una recepción apetitosa de ver es la posibilidad de sobrevolar la situación sin ser vistos, esto ofrece el placer de ver más allá de las posibilidades corporales, y se justifica en esta configuración del control.

“Yo creo que subestiman totalmente la capacidad de la persona que está mirando el informativo.”, expresa una de las integrantes del grupo, al ver que se insiste en una recepción pasiva, donde gana la impotencia frente a los hechos y el efecto emotivo.

La acción de mirar no da cuenta de una acción activa, inmediata en lo que sucede, este recurso audiovisual caracteriza también al voyeur. El voyeur se regocija por ver qué sucede sin actuar en la situación, podemos asimilarlo a la actitud pasiva del receptor, esa que ha tomado protagonismo en los estudios sobre los medios de comunicación y que convierte al receptor en audiencia, masa de consumidores. Sin embargo, esta forma es cuestionada, como vemos en la voz de algunos de los integrante del los grupos. Este apartado del capítulo comenzó con el comentario de una de las integrantes que se presentaba muy molesta por la cantidad de detalles y horas que le dedican a las noticias de este tipo. El desacuerdo de la participante no es con la noticia sino con el punto de vista desde donde se construye la narración a través de la secuencia de imágenes. Y como expresa la cita del párrafo anterior, es el lugar en el que colocan al receptor lo que molesta: en la construcción del vínculo que se establece entre emisor y receptor, se

disciplinarias estudiadas por Foucault).

subestima al televidente poniéndolo en un lugar de incapacidad de ser crítico y eso incomoda.

La cuestión también se presenta como un problema, en el discurso de los periodistas, cuando los elementos visuales no se ofrecen. El ejemplo que presentaremos a continuación es un caso. Es una noticia del canal 10 sobre el robo a una Cooperativa Policial de la ciudad de Las Piedras, “...una cooperativa policial donde las cámaras no funcionaban” expresa el periodista mientras hace un gesto con las manos y una mueca con la boca, como levantando sospecha, dirigiendo la mirada hacia la conductora-periodista que se encuentra a su lado. Este gesto da cuenta de sospecha o extrañeza, y una interpretación de ese sentido es reforzada por la expresión del

periodista que dice: “algo extraño”. La ausencia de imágenes que muestran explícitamente lo que aconteció y que tiñen de sensacionalismo la información, permiten y obligan al discurso de los periodistas a ponerse en primer plano y convirtiendo el material informativo en experiencia (Rincón, 2006). Esta última narrada a través de la oralidad, gestos y leyendas gráficas: *“Robo mediante boquete en cooperativa policial de Las Piedras”*, anuncia el gráfico en el extremo inferior de la pantalla y da entrada al *tape* con imágenes de la fachada del lugar. Se muestra la entrada de la cooperativa e inmediatamente se enfoca un hueco en la pared, “el boquete”, expresa el periodista. Una voz en off relata que la pared donde se encuentra el boquete da hacia un terreno baldío cercado por rejas *“de muy difícil acceso”*, *“en pleno centro de la ciudad canaria”*, *“los ladrones hicieron un agujero en la pared de 40 por 40 cm y por allí ingresaron a la cooperativa según informó la jefatura de Canelones (...) la cooperativa policial no posee seguro y las cámaras de seguridad no funcionaban al momento del robo. Los responsables del lugar prefirieron no dar detalles a la prensa. El caso es investigado por la policía pero aún no hay responsables de este extraño robo”*, relata el periodista.

No hay imágenes del robo, no hay declaraciones de los protagonistas. Al expresar no poseer esta información, deja en evidencia lo que se espera que haya y su falta se tiñe de “extrañeza”, para usar la misma expresión que la periodista. Al no mostrar, al no dar más información, se traduce en una intención de engaño o mentira, algo se oculta, no se

muestra la “verdad”¹⁶. Sin duda hay un juicio sobre la realidad y se relatan todas las evidencias de la sospecha. En un lugar donde hay cámaras de seguridad, justo no estaban en funcionamiento y además nadie quiere declarar; también se suma a esto que es el local de una cooperativa policial, donde se da por entendido que la policía debe estar atenta y poseer todas las herramientas necesarias para la seguridad. Todos estos elementos configuran la desconfianza.

Pero todas estas sospechas parecen sostenerse, más que en el hecho o lo que ocurre, en el material que debe otorgar el informativo. Es el marco informativo del medio de comunicación televisión que está faltando a la verdad sobre sí misma. En este caso hacemos referencia a la verdad vinculada a lo estético en el sentido que Flusser le da a la “verdad” en el arte "lealtad al material manipulado" (Flusser, 1994,p.15). El material por excelencia del informativo de televisión son las imágenes y estas son tomadas, seleccionadas, puestas en una secuencia y acompañadas con voz y gráficos. Esa es la verdad que el informativo de televisión maneja. Los analizados recursos ficcionales del audiovisual arman un collage que se torna estable y es lo que se espera de la emisión, así el material provee de sentido la veracidad de la noticia. Al faltar las imágenes del hecho no tiene su materia prima para trabajar y dar cuenta de la verdad.

Los elementos visuales adquiridos de cámaras ocultas que permiten verificar lo que está narrando el periodista o sustituirlo, comienza a ser fuente de información y a ser exigidos para el control de los espacios. Su ausencia provoca el desequilibrio y sospecha de una intencionalidad del ocultamiento. Así se puede interpretar de este caso concreto que sospecha de la institución policial, pero esto puede ser transferido a cualquier actor social ya que se estabilizó el uso de la técnica de la captura a través de cámaras de seguridad, para asegurar llegar a la verdad.

“Se llevaron de todo obviamente, en pleno centro de Las Piedras. La policía está investigando”, expresa el periodista dirigiendo la dirección de su mirada hacia el televidente e intercalándola con la periodista-conductora que se encuentra a la izquierda

16 La verdad es puesta en comillas para ironizar porque como venimos: mostrar con la cámara algo no es sinónimo de verdad, de dar cuenta de una verdad en oposición a una falsedad. Como analizamos antes, siempre se está imponiendo un punto de vista, una verdad sobre los hechos, al seleccionar una toma e insertarlo en una narrativa.

del cuadro (derecha del periodista). La distribución del espacio que establece el encuadre nos coloca a nosotros televidentes en el otro extremo de una mesa formando una especie de triángulo con los periodistas, cada uno en un vértice. Esto es compartido por todos los informativos, y en este caso a su vez es graficado por el dibujo de un triángulo que se encuentra en la mesa del estudio, donde los periodistas están ubicados. Esta tríada gráfica, es el dibujo del encuentro. La distribución del espacio establecido por los periodistas y la dirección de sus miradas nos hacen partícipes del “fogón”, jugando con esa analogía porque podemos vivenciar lo que nos transmite el concepto de encuentro alrededor del fuego. El informativo de televisión a través de este gesto inclusivo, nos convoca a compartir las narraciones sobre nosotros mismos, el “rito” para Álvarez (p.17, 1988), el espacio compartido de la comunidad montevideana contemporánea a la par con los y las periodistas.

4.1.c El drama y sus protagonistas

La presentadora-periodista en estudios propone la noticia y el ingreso al tape que comienza con la voz en off de otra periodista: “en la madrugada de este lunes se produjo un incendio en un hogar de ancianos ubicado en.... El fuego se inició en la planta baja, 7 adultos mayores fallecieron”. Se muestra la fachada del hogar con un grupo de hombres trabajando. Luego aparece un primer plano de un perro de espaldas, en el portón del hogar incendiado mirando hacia dentro. El perro hace el intento de entrar y vuelve a salir al toparse con las piernas de los hombres que estaban en el portal del hogar.

A continuación aparece la entrevista a la Encargada de Relaciones Públicas de Bomberos, ubicada también en la vía pública dando a entender que es en los alrededores del lugar del incendio. La notera no aparece en cámaras, sólo se puede ver el micrófono con el logo del

canal dirigido hacia la boca de la entrevistada. Mientras la bombero cuenta qué fue lo que se incendió y qué se encontraron los bomberos al comenzar con los operativos, la cámara realiza un travelling hacia la izquierda, tomando un plano general de la fachada del hogar y el equipo de bombero trabajando, continúa con primer plano de una de las ventanas y un acercamiento al borde superior donde se puede ver el cajón de una de las persianas agarrado con unas cuerdas. La entrevistada cuenta cómo se propagó el incendio y el estado en el que estaban las personas al evacuarlas. A continuación un primer plano de la espalda de un bombero con la leyenda "BOMBERO, Investigaciones De Siniestros" y luego un plano general de los bomberos trabajando alrededor de sus camionetas. La imagen vuelve nuevamente a encuadrar la ventana, y realiza un zoom de alejamiento hasta que nuevamente aparece un plano general de la fachada y los bomberos trabajando. Aquí termina la voz de la entrevistada y da paso a la voz en off de la periodista que comenzó con el informe. Ahí se muestra un primer plano de las sirenas de un camión de bombero y luego un primer plano de las piernas de alguien caminando en la calle, con pantuflas, se monta un plano medio de una señora muy mayor con sobretodo y a su lado una señora más joven hablando por celular, en la puerta del hogar de ancianos. La cámara hace un zoom de alejamiento, el plano se abre dejando ver al perro, con el que empezó la secuencia, al costado de las dos mujeres en la puerta del hogar, donde una de ellas era la que tenía las pantuflas puestas.

En una noticia donde al inicio podría parecer acercarse a un informe técnico de los bomberos, en una secuencia que comienza con la toma general del lugar ocupado por personal de bomberos y policía, en la narración audiovisual nos encontramos con elementos que nos sacan de la fría escucha de un informe técnico y nos hacen viajar por el drama humano que implicó lo sucedido. Las imágenes del perro al inicio del tape

queriendo ingresar al hogar de ancianos ponen en el perro el dolor de la pérdida. Ese animal como otras mascotas ofician de acompañantes, pero el perro sin duda es el “amigo fiel”, como dice el dicho popular, el que siempre está y no nos deja sentir el vacío de la soledad. No es menor la toma de su presencia en la puerta de un hogar de ancianos, institución que tiene un fuerte significado social, más de abandono que de cuidado de nuestros adultos mayores y en este caso este sentido fue reforzado por otro acontecimiento que es integrado por el discurso de la periodista y es la denuncia de que el hogar no estaba habilitado por los bomberos. Este comentario deja en evidencia el descuido y desamparo en el que muchos de los adultos mayores viven en nuestra sociedad.

Además teniendo en cuenta que una narración tiene principio, medio y final, y no hay nada en las acciones que tengan este orden sino que se le otorga en la misma historia (Ricoeur, 2000), en este caso la denuncia que el hogar no estaba habilitado por los bomberos es el medio, en el sentido de nudo de la narración a partir del cual se despliega una peripecia y se desencadena una sucesión de incidentes.

En el análisis podemos discernir dos dimensiones yuxtapuestas, la primera, los sucesos trágicos, en este caso un incendio y la muerte de 7 ancianos, que se sucedieron y se presentan en el informativo. La segunda dimensión, la búsqueda de un responsable, de alguien (institución, persona, etc.) que debería haber prevenido el suceso y/o debe encontrar la solución a futuro. En esa búsqueda se pasa por la catarsis de la tragedia, en el ejemplo: el desamparo y abandono de este sector de la población, visible en el discurso oral de la denuncia, sobre la no habilitación del hogar por parte del Estado, sin tener los debidos controles y seguridad para evitar ese tipo de tragedias, y también es puesto en escena con las imágenes de las ventanas atadas con cuerdas.

De esta forma encontramos, en la primer dimensión (sucesos trágicos) el desenlace de la historia con el incendio y la muerte de los ancianos, sin embargo, la segunda dimensión (búsqueda de un responsable) no concluye, no se deshace el nudo de la narración. El tape termina con el perro nuevamente en la puerta del hogar: “el plano se abre dejando ver al perro, con el que empezó la secuencia, al costado de las dos mujeres en la puerta

del hogar, donde una de ellas era la que tenía las pantuflas puestas”¹⁷. Ahora acompañado de una señora mayor en pantuflas, el perro nuevamente pasa a ser compañía de una persona, podría decirse que parte de la catarsis¹⁸ fue culminada con ese encuentro pero aún el desamparo y desprotección sigue vivo con la imagen de una mujer mayor en pantuflas en la puerta de un hogar devastado por un incendio.

A partir de aquí se despliega una peripecia que es la puesta en escena de la apertura de la contienda pública, del debate público, se entrevista a los responsables estatales, se entrevista a los políticos de oposición, a técnicos o estudiosos del tema en cuestión. Es en este cruce de información y opinión que se configura el nudo narrativo y también la forma de mantener al televidente pendiente del tema, sin que se resuelva en un desenlace.

Una de las participantes del grupo de discusión de adultos mayores de 50 años comenta sobre la insistencia de los informativos en mantener en agenda un determinado tema durante un prolongado tiempo. La participante expresa ver toda la semana la misma temática y luego nunca más vuelve a aparecer en pantallas, sin saber al final qué se resolvió o cómo sigue o lo peor “*cuando existe el problema, cuando muestran el problema, la solución ... no aparece.*”, comenta otro participante de los grupos de 50 años. Así vemos como la trama en la narración no se resuelve y deja una sensación, en las generaciones mayores, de que no hay un punto final a las cuestiones.

Es importante mencionar que este ejemplo que tomé para el análisis de la narrativa, dando cuenta de la dramatización que se configura a través del nivel audiovisual, es del informativo TNU del canal 5 público. Este informativo se diferencia de los demás porque no usa la presentación de testimonios de vida y experiencias, que sí vemos en los otros informativos de los canales privados, donde el testimonio de personas allegadas o víctimas de hechos acontecidos pasan a ser protagónicos en la narración. Pero a pesar de

¹⁷Este es un trozo de la narración que está unos párrafos antes sobre el *tape* noticioso, un recorte de nuestra descripción de la narración audiovisual del informativo.

¹⁸“en la historia narrada, concluye el curso de una acción, deshace un nudo, compensa la peripecia mediante el reconocimiento, sella el destino del héroe mediante un último acontecimiento que aclara toda la acción y produce, en el oyente, la *kátharsis* de la compasión y del terror.” (Ricoeur, 2000, p.481)

no utilizar el recurso del testimonio, el drama está dado por la edición audiovisual donde existe una creación narrativa digna de admiración utilizando los elementos del lenguaje audiovisual, presentando las imágenes sin necesidad del testimonio en vivo. Estos elementos son puestos en juego para lograr una narración dramática, y este último aspecto es un denominador común en todos los informativos, presentando la diferencia en la forma que se presenta el drama.

A fines de los años 80 en nuestro país, Álvarez (1988) concluía que lo dominante en los informativos de televisión era la puesta en escena y el espectáculo de la lucha política a través de una complicidad, donde “El mundo político apuesta mucho a la televisión (...) y la televisión también” (Álvarez, 1988, p. 163). Actualmente la pantalla está muy compartida y no sólo desde las filas político partidarias, sino que también se presenta a toda persona que de alguna u otra forma es tocada por la situación en cuestión. El informativo incorporó formatos televisivos que vienen de fines de siglo pasado donde toman protagonismo las audiencias¹⁹ (Álvarez Pedrosian, 2009).

Como parte del espectáculo y la sobrevaloración del “deseo de ver” que la televisión propone (Rincón, 2006) fue modificando el formato informativo. De esta forma la promesa de la libre expresión y el derecho a la participación en los asuntos de la polis, quedan capturados por el informativo. Este pretende asemejarse a un espacio público del sistema democrático ofreciéndole el micrófono y la posibilidad de aparecer a personas que consideran que no tienen otra forma de hacerse ver y escuchar, jugando el rol de intermediario entre el gobierno y la sociedad civil. Así, por ejemplo, aparece un grupo de madres que denuncian las malas condiciones de los salones de una escuela, unos vecinos de un barrio de Montevideo se quejan de los asaltos y la inseguridad en la zona, etc.

Aquí el medio de comunicación cubre la promesa de la técnica de transmitir y asegurar los flujos (Wolton, 2005) pero la cuestión está en cómo se transmite, en la forma que

¹⁹Un recorrido por la oferta televisiva da cuenta del ingreso de la modalidad de un formato del entretenimiento que implican la utilización de cámaras ocultas (*bloopers*), panel de personas dando a conocer sus vidas y problemáticas con especialistas en el tema (*talking show*), armado de escenarios donde un grupo de personas van a vivir cierto tiempo y son filmados (*reality show*), etc.

hace al contenido y en qué escenario genera. El informativo pone en escena la subjetividad, la experiencia de los afectados y de esta forma hace aflorar las emociones por sobre la racionalidad. Así un periodista le pregunta a un damnificado del temporal en Florida que vive en un campamento transitorio: *¿y cómo es la convivencia con tus compañeros aquí en el contenedor, bien?* Qué se espera de esa pregunta más que poner al entrevistado a explorar en su experiencia y sentimientos; en la resolución de su vida cotidiana, ahora irrumpida por una situación atípica y conflictiva. La intención del periodista es la de convocar en el entrevistado, en el ciudadano común, sus vivencias en la convivencia con otros, hacer visible y compartir la experiencia de la vida cotidiana, la más común a todos los seres humanos: la de compartir la vida con los demás y los avatares que eso ocasiona, la vida en sociedad. Es así que el informativo toma la modalidad del formato de televisión que está de moda desde inicios de los años 2000, el *reality show*, donde los nuevos protagonistas son los ciudadanos comunes que se exponen a la mirada del resto desde su singularidad y comparten el terreno televisivo con los clásicos protagonistas de la política.

Es la experiencia cotidiana y las emociones lo que el informativo de televisión pone en el espacio público. Volviendo una vez más sobre los clásicos problemas de la razón y la emoción en la comunicación, el espacio público democrático mediado por la televisión persigue el ideal platónico de la búsqueda del bien común a través de la razón, el valor democrático de la participación igualitaria de las diferencias pero lo narra en una escenificación, monta una dramatización. La denuncia, la participación ciudadana queda absorbida por la lógica del entretenimiento y en ella se agota.

Los afectos, las emociones, lo “reprimido”²⁰ (Freud, 1976) retorna una y otra vez, y el informativo con su escenificación del intercambio público intenta jugar un rol fundamental para descargar la libido en la instantaneidad de ese intercambio. La propuesta informativa pone los afectos a jugar con los recursos de la empatía y la identificación, y son vivenciados en la recepción cotidiana, según las expresiones de los participantes de los distintos grupos. Esto se da en el intercambio fragmentado que se

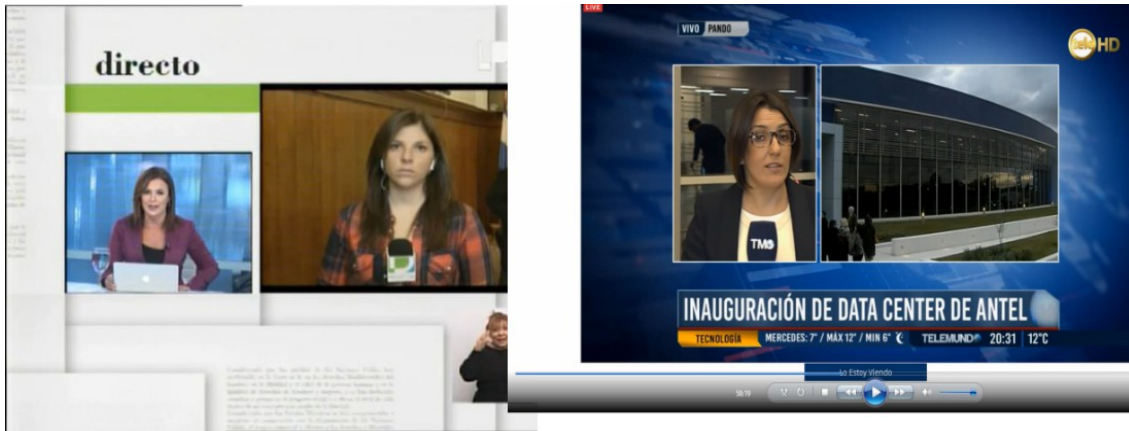
²⁰ Aquí tomo como referencia la noción de lo “reprimido” en Freud al equiparar con lo inconsciente y las características que lo constituyen: el proceso primario y el principio del placer (Freud, 1976)

configura en el hogar, aislado e individualizado, en relación a las modalidades de participación de co-presencia en las calles o plazas públicas. Las emociones que son parte del ser humano, la libido freudiana que tiene movimiento más allá de nuestra conciencia y que llevó a las de inicios del siglo pasado²¹ a ser tachadas de irracionales (Freud, 1921), ahora circula en el espacio privado, agotándose y renovándose diariamente en el interior de los hogares o en el intercambio fugaz de las nuevas tecnologías.

4.1.d Hibridación mediática

En el transcurso del visionado de los informativos es inevitable percibir la recurrencia de elementos de diseño y organización que nos permiten viajar a otros espacios mediáticos, porque se integran sus estilos y también otros géneros dentro del mismo medio de comunicación. Será materia de este punto analizar los elementos incorporados por el informativo que consideramos configuran una hibridación mediática. Es así que presentaremos los elementos que se destacan y dan cuenta de la influencia de estéticas y ritmos puestos en circulación y compartidos con otros medios de comunicación en relación a los formatos clásicos del noticiero ampliamente estudiados (Álvarez, L. 1988)

²¹Freud en su crítica a LeBon sobre su estudio de la psicología de las masas y caracterización de las mismas hace mención de este enjuiciamiento que realiza el investigador. (Freud, 1921)



Los recursos visuales del tipo multimedia son cada vez más frecuentes en los informativos de televisión, sin excepción ninguna entre los diferentes canales.

Pudimos encontrar dos dimensiones de integración de elementos multimedia, uno que hace referencia a la incorporación de elementos del diseño y organización en el cuadro/encuadre (pantalla), haciendo alusión a la interfaz de una web o simulando un tipo de recorrido y navegación motivado por el uso de Internet.

La otra dimensión es de integración, es la presentación explícita de otro medio de comunicación contenido en el uso de Internet, por ejemplo, la exhibición de mensajería o publicaciones en redes sociales (twitters, facebook, instagram), páginas web de agencias de noticias o de periódicos, videos de youtube, etc. Este segundo nivel lo podemos incorporar a las ya conocidas formas de los informativos de televisión en la utilización de otras fuentes de información que son presentadas explícitamente, como por ejemplo, la voz en off de una entrevista radial, la lectura o muestra de página de un periódico, entre otros.

En la primer dimensión encontramos cambios en las formas de presentación que no son explícitos ni anunciados por los periodistas, sino que se integran a la estética y estilo de los informativos. La integración de otros medios no es reciente, la televisión siempre compartió con la radio y también con el cine el uso de sus recursos (Rincón, 2006).

Un caso audiovisual compartido es el uso de la doble imagen en pantalla que parte a la mitad el televisor. Este recurso permite dar cuenta de dos espacios diferenciados pero

conectados por un diálogo u otro conector contextual. Un ejemplo clásico de su uso en el informativo de televisión es el caso de dos periodistas, uno dentro del estudio y otro fuera oficiando de notero y dialogando entre sí. Actualmente se continúa utilizando para estos casos dos espacios o más en pantalla, con la diferencia que son cuadros definidos, enmarcados y dinámicos, ya que se agrandan o achican, ofreciendo ritmo a la exposición que al mismo tiempo juega con otros elementos como el sonido y los gráficos.

El espacio real o escenografía que oficia de continente de los actores (Sorlin, 2010), aquí lo vemos ocupado por una imagen digital que dibuja ambientes, entornos virtuales que poco pueden contener cuerpos físicos/materiales como los que podemos suponer con una escenografía de estudio de televisión. Asimismo, en los cuadros pequeños, donde se encuentran los/as periodistas, encontramos una zona continente que hace referencia al espacio físico en donde se ubica pero la misma es reducida por el cuadro, recurriendo mayoritariamente a planos medio o primeros planos de los/as periodistas. El potencial digital desplegó el desarrollo de escenarios sobre escenarios, la superposición de los mismos y la creación de lugares que invitan al espectador a viajar por diferentes paisajes digitales e incorporarlos como continente. Como vemos en las figuras presentadas (i e ii), la figura i del informativo TNU del Canal 5 nos invita a meternos entre hojas de un libro o archivo impreso, en el caso del Canal 12 una imagen satelital nos permite ver el planeta; y ambas contienen cuadros que en sí mismos integran otros espacios-tiempos. Cada cuadro presenta un espacio-tiempo distinto, espacios - tiempos “otros”, contenidos todos en un diseño propio del devenir digital de la televisión que nos presenta nuevas formas simbólicas²² puestas en circulación, fijadas y reproducidas (Thompson, 1998a) o experiencias estéticas que hacen a las culturas mediáticas (Rincón, 1996) ya que la puesta en escena de ese diseño virtual nos conduce al diseño web que aparece como potencialidad a partir de la web 2.0, hace alusión a las pantallas múltiples que tenemos la posibilidad de administrar en la web.

Hicimos mención de la referencia a la web cuando el informativo de televisión exhibe

22 Las formas simbólicas para Thompson son cualquier fenómeno significativo, desde acciones hasta programas de televisión, obras de arte, etc. (Thompson, 1998a)

múltiples pantallas que funcionan de forma simultánea. Podríamos decir que con esta apariencia y estilo el informativo deviene estética digital, multimedia. Sin embargo, la “navegación o búsqueda”²³ por televisión está administrada por el productor del informativo, a diferencia del uso autoadministrado que brinda el sitio de Internet.

La comparación de una autoadministración de la web con la administración dirigida por un productor televisivo, utilizando el diseño y organización de la web, no es menor a la hora de evaluar los efectos sobre los espectadores de televisión. Cuando manejamos una web administramos nosotros mismos las pantallas y tenemos la posibilidad de gobernar cada recurso para dedicarle el tiempo que consideramos necesario o deseamos. Sin embargo, en el caso de la televisión no es el espectador el que gobierna los tiempos de reproducción de un *tape*, de exposición de un texto o transmisión de una entrevista. Este elemento del lenguaje multimedia en manos de un productor externo a la administración del receptor, lleva a configurar otra máquina. Estos son mecanismos tomados del multimedia, desterritorializados de ese medio y reterritorializados (Deleuze y Guattari, 2002)²⁴ en una pantalla de televisión. A través de ellos se pone en convivencia distintos escenarios y tiempos, así como se encuentran con receptores en otros espacios-tiempos de recepción. De esta forma la producción televisiva en vínculo con la recepción configuran un territorio existencial donde la regulación de las intensidades y flujos es gestionada por acciones distintas a las gestionadas por el click de un mouse. En esta relación hay cosas que se pierden, otras que se silencian y otras que capturan; además de las cosas con intención producidas por el productor y diseñador de mensaje.

La recepción joven entrevistada se siente fragmentada, tironeada en pedazos, según la voz de una joven participante de los grupos: “*vos tenes tu cabeza... vos estás escuchando lo que dice pero te está entreteniéndolo con la imagen... y después ¿qué te queda?*” Según esta expresión podemos interpretar que la fragmentación los divide y

²³ En realidad es una simulación que realiza la televisión, por eso las comillas.

²⁴ Con los movimientos de territorialización, desterritorialización y reterritorialización hace referencia a las acciones a través de las cuales nos agenciamos, configuramos los espacios en los que somos tomando elementos de otros espacios y tiempos y poniéndolos en juego en uno nuevo. En este caso aplico estos términos para hacer referencia a la construcción del mensaje televisivo y sus mecanismos internos, así como al vínculo con el receptor y la construcción de éste último.

obliga a quedarse con un recorte, así como hace parecer que la producción informativa deja en manos del televidente la elección de lo relevante o central para tomar. No obstante en esta simultaneidad impuesta, por momentos las imágenes en movimiento pasan a ser un fondo y la entrevista se torna en el foco, y por otros, la entrevista pasa a segundo plano sonoro como una cortina sonora, según la expresión de los televidentes jóvenes entrevistados, les es imposible integrar ambos.

“Está hablando el ministro pero la gente está prestando atención a lo que está viendo al costado que es mucho más importante que lo que está diciendo el ministro” Un integrante del grupo de adultos expresa luego del visionado de una noticia que presentaba una entrevista al Ministro del Interior. La expresión hace referencia al formato de múltiples pantallas, una pantalla presenta la entrevista y la otra, ubicada del lado derecho, transmitía distintos operativos policiales en la ciudad. En este formato, la atención es capturada por lo ocurrido en el cuadro que está a la derecha, lugar donde se posa la mirada y tiene mayor peso visual²⁵. Además es lo más explícito y simple de decodificar, la acción inmediata. Aquí se evidencia el impacto, la violencia simbólica que denuncia Bourdieu (1997), donde lo que se busca es mostrar y mostrar, para dar a entender que se está informando a través de esa acción pero al mismo tiempo se está imposibilitando o distrayendo la atención de la entrevista y el discurso del entrevistado.

Sin embargo, a pesar de la incomodidad de la multiplicidad de pantallas simultáneas y el reconocimiento de distraer la atención, los participantes de 50 años no expresan esta cuestión como un problema mayor. Se puede entrever que para los hijos e hijas de la radio, es el audio el que marca el anclaje que les permite ubicarse en la temática y seguir el ritmo.

Si nos retrotraemos a fines de los años 80, esta presencia simultánea de una pantalla con imágenes de hechos y sucesos y otra con la entrevista a un personaje político, no entraría de esta forma dentro de los parámetros clásicos del género informativo. La primera toma, con imágenes de los hechos, podríamos asociarla a lo que Álvarez (1988)

25 Las investigaciones aristotélicas en estética y los estudios de imagen llevaron a la constitución de la ley de los tercios que expresa que el punto de mayor peso visual en una imagen es el derecho e inferior (Fernández Diez y Martínez Abadía, 1999)

llamó “información factual”²⁶, que pone en relieve la descripción de los hechos. La segunda, la toma de la figura política, se asocia a la “opinión comprometida”²⁷, que hace referencia a la opinión de los protagonistas. En su momento, Álvarez destaca ambos “enfoques a lo que es sometida la información” (Álvarez, 1988, p. 113) con preponderancia de la opinión comprometida que siempre privilegiaba el discurso político, el discurso “autorizado”(ídem, p.115). La presencia del discurso político en los informativos de aquellos años era de un 40% según dicho estudio, lo que llevó a Álvarez a concluir que los políticos son los verdaderos “héroes de las 7 y media” (ídem, p.155). Esto también llevó al autor a analizar lo que configuraba a estos personajes heroicos y el análisis de los gestos, postura y discurso verbal, fundamentalmente. Sin embargo, ahora estos elementos visuales (gestos y posturas) y discursivos, quedan matizados o mejor dicho mezclados con tomas de acontecimientos y hechos. Muchos de ellos violentos e impactantes, captando toda o gran parte de la atención del receptor.

Continuando con este formato de presentación, se puede analizar el protagonismo de un personaje que aparece en con gran fuerza y está tras bambalinas, el editor de imágenes. El principal en acción es aquel que diseña el lenguaje audiovisual con la incorporación de elementos que configuran un multimedia simultáneo. Sin duda consideramos que esta nueva forma de presentar la temática, donde se continúa integrando la voz del político, “la opinión comprometida” pero en simultáneo con la “información factual” (Álvarez, 1988) crea un noticiero distinto. Actualmente el noticiero presenta la lucha entre los hechos y el discurso político, ya no hay sólo preponderancia política, héroes o lucha entre opiniones partidarias, hay narraciones mediáticas que aparecen en el escenario pero no se presentan como tales, sino que se presentan como la real-realidad, aquello captado por la cámara como una ventana al mundo y puesto en oposición con el

²⁶“privilegia el evento y sus avatares descriptibles... lo meramente factual: fue, vino, sucedió, bajó subió, se deprecio, visitó, se votó, ganó, perdió.” (Álvarez, 1988, p.114)

²⁷“...a las intervenciones, en el texto informativo, de aquellos que participan, que se encuentran implicados, que son protagonistas de la noticia -ésta sería la expresión más feliz. Se intenta, por lo tanto, incluir el evento en una cosmovisión que se corresponda con los intereses -comunicativos al menos- del protagonista.” (Álvarez, 1988, p.115)

discurso.

Otro de los aspectos importantes en el noticiero es la figura del/a periodista-conductora o presentadora, la figura referente del noticiero. Álvarez analiza su enunciación y concluye que en el Uruguay de 1988 los presentadores tenían la función de director de orquesta, figura que toma de Verón (Verón en Álvarez, 1988) y hace referencia a la organización de diferentes entradas tanto en forma de entrevista, informe, discurso de otros colega o imágenes, etc. Este aspecto es algo que conserva la periodista-conductora de los noticieros. La recurrencia a ella, la periodista que está en estudios, marca el comienzo o final de una nueva noticia. Esa persona actúa como articuladora entre el afuera (contacto con *noteros* o *tapes* que no son en directo pero traen imágenes de otro tiempo y espacio que no se corresponden con el estudio) y el adentro, lugar del estudio desde donde se recepciona la noticia. También actúa de articuladora en el diálogo entre diferentes puntos de vista desde políticos hasta otros actores sociales como en el caso de una entrevista a padres: “*padres de la escuela... nos cuentan*” menciona la periodista- conductora de Telemundo 12. Y por último y tercera articulación que se puede ver es entre la información y los/as televidentes, la periodista-conductora oficia, a través del lenguaje más cercano a lo cotidiano como traductora con el uso coloquial del lenguaje. Ejemplos como: “*nos metemos ahora con una noticia internacional*” expresa la periodista-conductora del Canal 12, y por su parte la periodista del Canal 5 nos invita a ver las noticias como “*amigos*”.

Además, otras de las conclusiones en el trabajo de Álvarez (1988) sobre los noticieros era la acción del periodista-presentador que se limitaban a presentar verbalmente a los personajes y su interacción con otros periodistas era muy escasa, además de limitarse mucho su opinión lo que él llama el “grado 0” de expresividad, aludiendo al emblemático estudio de Barthes (1973) sobre la escritura. Actualmente, en algunos casos se conserva o intenta mantener un grado de neutralidad como es el de la periodista-conductora del canal 10, Blanca Rodríguez, sin embargo no es en su totalidad. Una de las características de esta figura “grado 0”, era la dirección de la mirada al telespectador y el relato como figurando neutro hacia el que está del otro lado. Sin embargo, en la actualidad no se conserva durante todo el tiempo del informativo una

sola presentadora/or, muchas veces es compartida la pantalla por otros colegas con los que presentan juntos una noticia, establecen diálogos entre ellos y en esos momentos es donde se da la mayor expresividad y subjetividad sobre una noticia.

La periodista-conductora se acerca más a una integrante del hogar, un televidente, presentándose desde su subjetividad a través de varios mecanismos. Uno de los que visualizamos son el saludo ameno a sus otros colegas cuando los presenta y les da entrada en el noticiero. Ese diálogo escenifica un espacio de trabajo donde se cuele la informalidad que se da entre compañeros, hacen comentarios sobre sus arduas tareas, dificultades o alegrías en las mismas. En este cruce de saludos y consideraciones mutuas, el receptor es invitado a empatizar con estos trabajadores y tiñendo de cercanía el cuadro del encuentro noticioso.

En esos gestos culturales puestos en pantalla son donde se encuentra la mediación, en el sentido de Martín Barbero (1991). Es decir, más que el diálogo dual entre medio de comunicación y recepción, es lo que está “entre”, el contexto, la cultura. De esta forma vemos como algo de lo que está en la gente es usado por la periodista-conductora para que la televidencia se sienta parte del espacio tiempo compartido, reconociendo un noticiero pero al mismo tiempo visualizando un espacio de trabajo, un ámbito común, empatizando con la labor de unos trabajadoras/er que se esfuerzan para hacer su labor y ofrecer la noticia al día.

Otro aspecto relevante que es el uso del sonido en términos de musicalización. La música utilizada en los noticieros que oficia de cortina y caracteriza cada informativo, marca el pasaje de una temática a otra, el comienzo y finalización de los bloques de noticias y tandas publicitarias. Estas últimas tandas tienen una duración de 13 minutos aproximadamente. En el visionado se observa la sincronización de todos los canales privados para ir al corte publicitario al mismo momento o con diferencias en segundos, lo que intenta asegurar que la recepción vuelva al mismo lugar del que partió al hacer *zapping* (Rincón, 2011). En un informativo de 2 horas, como el caso de los tres canales privados, la música identitaria del informativo, o en otros términos, la imagen sonora institucional cumple el rol de llamador a los televidentes que aprovechan a realizar otras actividades o se dedican a dar una vuelta de *zapping*. La imagen sonora es fundamental

para ubicar a la recepción en el viaje programático (haciendo *zapping*) que realiza de forma habitual y así actúa de referencia segura. En la expresión de los participantes de los grupos constatamos que hacen *zapping* de forma habitual y analizaremos esta práctica en otro apartado.

Otro recurso de los noticieros para mantener capturado al receptor es el aumento del volumen en la publicidad. Esta suba de sonido le permite al televidente salirse del campo visual pero continúa asegurando el espacio compartido a través del sonido, aquel menos percibido conscientemente y del que tenemos menor posibilidad de escape. De esta forma se releva la importancia del desarrollo de una identidad sonora que oficia de “cabecera” del informativo de televisión durante una temporada. Esta es acompañada con gráficos que enmarcan los fragmentos de noticias y unifican la programación informativa de cada canal (Gordillo, 2009, p. 128).

*“Llega ahora el capítulo de lo deportivo pero antes vemos un avance de noticias que compartiremos más adelante”*²⁸, son las palabras de la periodista-conductora luego de pasar dos noticias internacionales de dos minutos cada una, presentadas al ingreso de una tanda publicitaria. Una voz en off relata los titulares, avances, resúmenes o flashes informativos, de forma acelerada presenta sintéticamente las noticias que vienen o las que fueron desarrolladas, similar a los titulares de la prensa capaces de ser leídos en unos minutos. En este caso también acompaña la imagen sonora institucional del informativo que marca el ritmo veloz y acopla la sucesión de imágenes sobre cada temática titulada por un tiempo de 5 a 7 segundos cada una. El movimiento de la cámara y el montaje de la sucesión de diferentes planos de corta duración proponen el ritmo ágil, así como el uso de efectos de barrido en las transiciones de los planos al terminar cada titular.

Los recursos descritos en el párrafo anterior son característicos de la estética del clip, donde la música marca el ritmo del encadenado de imágenes y usos de tomas breves. Hablamos de encadenado más que de montaje porque no necesariamente una imagen guarda relación con la otra. Lo que toma protagonismo es el sonido y su

²⁸Blanca Rodríguez, periodista-presentadora del informativo Subrayado de canal 10.

preponderancia, manteniendo al espectador en la vertiginosidad y buscando que quede envuelto en el ritmo, más que en la temática (Sorlin, 2010).

El que utiliza en menor medida los efectos en las imágenes es el Canal 12 con su informativo Telemundo poniendo gran interés en la locución, ya que tiene salida simultánea en una de las radios más escuchadas de F.M. Por otro extremo encontramos al canal 10 que utiliza con gran frecuencia los recursos visuales para acoplarse con diferentes intensidades rítmicas.

A pesar de las diferencias mencionadas se da de forma general en todos los canales la utilización de la música para marcar el ritmo del espacio informativo, llevando muchos de sus bloques al género del *clip*.

Las síntesis de noticias, a saber en: titulares, resúmenes y avances, en la programación de los informativos no tienen un orden categórico sino que son utilizadas en varios momentos y marcan ritmos diferenciales con el resto de la programación. En ellos identificamos mayor intensidad y velocidad en comparación a los momentos de desarrollo de noticias, esto genera un contrapunto rítmico importante que pretende no perder al televidente en dos horas de transmisión.

También podemos interpretar que el informativo de televisión para asegurar la permanencia del televidente, su constante sintonía y esfera de entendimiento, intercala el resumen de noticias al culminar un bloque informativo, un informes especiales o bloques temáticos. De esta forma vemos una insistente aparición de esos espacios de síntesis de noticias, que por un lado, pretenden asegurar la ubicación temática, una puesta a punto y en sintonía con un televidente recién llegado, por otro, su re-encuentro, ya que avisa luego de cada tanda que volvió el informativo, invitando a acercarnos.

En uno de los grupos de adultos, se expresa:

M1- Escuchamos la misma noticia 10 veces en el día, y al otro día otra vez. Y es la misma noticia, Entonces decir, otra vez ver eso.

F2- lo mismo

F1- sí, es la misma que te la cuentan un poquito cambiada, pero es la misma.

F2- el 10 es el peor, dura 2 horas el informativo con lo mismo.

M.1- mira, desde las 8 menos 25 a las 8, era propaganda. Y yo cambiaba y cambiaba, y todo lo mismo.

Tomando en cuenta que la práctica más habitual de mirar televisión es el *zapping* y sus variadas puestas en acción, a saber: cambiado de canal o intercalando con otra actividad. Dentro de un mismo informativo se observan una cantidad de espacios donde se anuncian las mismas noticias: aquellas que vendrán, el resumen de las que pasaron y el desarrollo dividido de una misma noticia en varios bloques. Los televidentes participantes de los grupos expresan tener la percepción de que las noticias parecen ser siempre las mismas. Esto se experimenta en la programación en un mismo informativo, como también en comparación con los otros, tomando en cuenta la práctica del *zapping*. En definitiva el efecto termina siendo “*más de lo mismo*” dice otra de las participantes de los grupos.

La repetición de las noticias en un mismo canal como en comparación con los otros, es similar al de la sobre-estimulación que nos conduce a quedarnos con una parte y muchas veces es la parte más ligera e inmediata de asimilar, en este caso la repetición conduce a la carencia de novedad, desvalorizando la noticia y banalizando la información.

Al igual que en la aparición de las síntesis de noticias, es difícil sacar en limpio un orden temático donde la recepción pueda organizarse en función de las propuestas temáticas. El orden se va anunciando en instantes previos por la presentadora-periodista, es ofrecido en la inmediatez de la oralidad. En su relación con el tiempo la oralidad no se puede detener, contener (Ong, 1996), en la inmediatez de la comunicación (Debray, 2001), ese es el instante preciado que intenta mantener en el canal al receptor, esperando la prometedora noticia. Esta forma de mantener a la recepción en un mismo canal, tanto con la musicalización de los espacios como con el discurso oral de la presentadora juegan un rol importante en la comunicación, sobre todo en el aspecto de mantener el flujo de conexión a través del sonido, aspectos trabajados por el medio de la radiodifusión y reterritorializados en el informativo de televisión. Esto arma un nuevo

territorio mediático configurado por viejas formas y nuevas, que se vivencian en el aquí y ahora de la recepción pero que se configuran de multiterritorialidades, atravesamientos de espacios y tiempos diversos en un mismo momento de recepción (Deleuze y Guattari, 1997).

4.2 Esa instancia en la que siento que me informo

Las prácticas informacionales se articulan con las actividades rutinarias, ordinarias, de la vida cotidiana. Cada integrante del grupo, al compartir su rutina de mirar el informativo narra dónde mira los noticieros (espacio), cómo lo hace (forma) y cuáles son las instancias (tiempo), personas y situaciones que acompañan el visionado del noticiero o el uso de otras pantallas y medios a través de los cuales sienten que se informan (socialización). Es a través de estos relatos que podemos diseccionar las cuestiones que entran en juego y sobre todo, los efectos sobre la subjetividad.

La televisión, como cualquier otro medio es un dispositivo que configura sus propios rituales, distintos al cine, Internet y celulares (Rincón, 1996).

Como vimos en relación a las narrativas del informativo, en esta oportunidad el eje de análisis serán las rutinas y dinámicas cotidianas que se configuran en la instancia de mirar noticieros de televisión. Este análisis, al mismo tiempo integra otras prácticas informativas que escapan al aparato de televisor, dando cuenta de la integración de otros medios que en diálogo con la televisión también tiene efectos en la subjetividad.

4.2.a. Las prácticas informacionales atravesadas por los ritmos de vida.

Con el objetivo de conocer ese ordenamiento cotidiano y diario que los participantes de los grupos configuran en vínculo con la oferta informativa televisiva comenzaremos haciendo una distinción etaria y poniendo foco en los adultos mayores investigados. Aquí encontramos atravesamientos particulares que se diferencian de los jóvenes participantes, estos corresponden al género, a las tareas y a la movilidad urbana.

Comenzando con los adultos mayores participantes observamos en sus prácticas diferencias en las formas que sienten informarse. Tanto en las prácticas espaciales, si son dentro o fuera del hogar, así como en las actividades que se realizan simultáneamente mientras se informan, presentan singularidades vinculadas en esta oportunidad, a la cuestión del género.

En uno de los dispositivos grupales de adultos una participante comparte: *“...a mi me gusta, porque la televisión yo la tengo prendida,..., antes de llevar a la otra nena a la escuela y estoy mirando la televisión.”*

Ahora un comentario en otra instancia grupal de adultos: *“Yo miro el 12, y lo vuelvo a mirar. No ahora, ahora me estoy acostando un poquito más temprano porque a las 8 llega mi nietito, pero a veces vuelvo a mirar otra vez el informativo...”*. En este caso hace referencia a la tercera edición del informativo de t.v. que se da a última hora de la noche y deja en evidencia que su tarea de abuela cuidadora condiciona su decisión de volver a mirar una edición tan tarde a la noche.

Mayoritariamente, las adultas participantes de los grupos nos cuentan que las instancias en las que se disponen a mirar la televisión y a informarse están conectadas con otras tareas que realizan en sus hogares y con el cuidado de otros: hijos e hijas o nietos y nietas.

Según los aportes de estas integrantes, las tareas del hogar rigen con fuerza su ritmo cotidiano y son una fuerza ordenadora importante en vínculo con el momento en el que se informan. Podemos ver aquí las conexiones rizomáticas particulares de las participante adultas, donde una de las líneas que se atraviesa es el encuentro con las noticias y se gestionan para poder cumplir con las otras.

Tanto de madre como de abuela, el cuidado de los otros no se culmina jamás y este aspecto ha sido una de las tareas femeninas históricamente silenciadas, sin remuneración ninguna y presentadas de forma mística por su vínculo con la reproducción, naturalizadas como un servicio personal que nace con la mujer (Federici, 2010). Al parecer aquí también, en la cotidianidad de las prácticas informacionales, esta tarea del cuidado se cruza silenciosamente y configura de forma imperceptible la

instancia de informarse.

Expresa otra participante de uno de los grupos de adultos: “*ah, mi marido lo mira. Yo no, yo no tengo esa paciencia de estar sentada frente al televisor para ver, esa noticia... Si hay algo que me llama la atención, voy, lo miro y luego sigo con mi vida*”.

Las actividades cotidianas del hogar son articuladas y dosificadas al paisaje que ofrece el informativo con otras actividades. Las participantes adultas de los grupos viven la instancia de informarse a través de la televisión como algo que no debe capturarlas por completo, su modalidad de acercarse a la televisión es mientras están haciendo otra cosa, esa otra cosa que es su vida y la diferencian de aquello que viene a través del informativo y que les resulta ajeno.

Junto con lo anteriormente expresado vemos cuál es el sentido que le otorgan a esta práctica de mirar el informativo. Para las participantes adultas no todo lo que ofrece el noticiero tiene que ver con ellas y proponerse sentarse a mirar el informativo implica una pérdida de tiempo y distracción de aquellas cosas que sí consideran que son su vida. Tomando en cuenta que el informativo de televisión es un género que documenta aspectos de la realidad que suceden en las ciudades y otros territorios en los que vivimos, tanto a nivel nacional como internacional, en la ciudad-global y otras espacialidades, es una forma en la que se integra el espacio público al privado (Thompson, 1998b). Estas mujeres mantienen esa realidad televisada, ese espacio público con cierta distancia y por momentos en el lugar de lo ajeno. Para ellas el hogar y los seres que están vinculados a la esfera de la reproducción de la vida, son su vida, y lo escenifican en la acción de mirar el noticiero haciendo *zapping* entre las tareas en el hogar, el cuidado de hijos/as o nietos y las noticias que llaman su atención o interés. Es así que disponerse a mirar la televisión pensada como una “comunidad silenciosa” (Brunsdon en Morley, 1996, p. 216), es decir, disponer todo su cuerpo a mirar el informativo de televisión, no es algo que ellas practican y sí es una modalidad que la reconocen en los hombres.

Podemos ver dos aspectos que hacen a esta práctica cotidiana. El primero a partir de la acción y el hacer de estas mujeres. Ellas expresan no poder estar sentadas mirando el

informativo ya que implica salirse de sus responsabilidades, está asociado a una instancia de ocio que no se permiten tener con facilidad en el hogar, sobre todo cuando es compartido con sus parejas o familia.

El otro aspecto y para nada desvinculado con el anterior, hace referencia al sentido que tienen las tareas del hogar para las adultas participantes del grupo y cómo la dosifican con aquello que llega a través del noticiero y consideran pertinente para su vida.

El tiempo dedicado a la televisión y el tipo de uso que se hace de ella también habla de una particularidad que se asocia con la clase social (Martín Barbero, 1991) y que en este caso también vemos que atraviesa la cuestión del género. Las tareas en el hogar para estas mujeres son su trabajo. Como sabemos ese trabajo en el marco patriarcal se articulan con la división sexual del trabajo, es invisibilizado y reproductivo de la fuerza de trabajo que ha permitido, entre otros aspectos, la estructuración del sistema capitalista (Federici, 2010). Las funciones del cuidado de los otros, desde su alimentación hasta la limpieza del espacio que habitan, es tarea de estas mujeres y por lo que expresan no es vista por ellas como un trabajo sino como algo inherente a su rol en el hogar, que parece estar atado a su ser mujer. Esto también es apropiado por el informativo de televisión que viene a acoplarse, a articularse contextualmente como un dispositivo que permite la reproducción de esta ritualidad. La repetición de estas actividades en la vida diaria y el uso de la televisión que las atraviesan configura un “ritornelo”, esto es ese espacio sonoro que construye un habitar, creado por la mujer entre su quehacer diario y los aparatos sonoros (Deleuze y Guattari, 2002).

Poniendo en diálogo las televidentes y las narrativas de los noticieros de televisión, se relevan los intersticios donde ellas y el informativo se encuentran y singularizan. Es así que se acopla la modalidad de visionado que expresan tener ellas con: la lógica de repetición de las noticias, la utilización de la imagen sonora que anuncia el regreso del informativo de un corte publicitario o temático, los grandes lapsos de publicidades con aumento del volumen posibilitando un visionado intermitente. De esta forma se configura un “agenciamiento”²⁹ que tiene múltiples líneas, pero aquí se destaca la

²⁹“Un agenciamiento en su multiplicidad actúa forzosamente a la vez sobre flujos semióticos, flujos materiales y flujos sociales (p. 27) [...]. Una ama de casa canturea, o pone la radio, al mismo tiempo que

preponderancia del cuidado y tareas del hogar, el valor del trabajo y la productividad marcando el ritmo de estas mujeres en el hogar con poca disposición al ocio.

En uno de los dispositivos grupales de adultos dialogan 2 integrantes:

F.1- Pero el informativo, por ejemplo, tengo la CNN todo el día. Después que la CNN el programa no me gusta, agarro y cambio para TN que escucho lo que dicen los argentinos y me rezongan en mi casa pero no importa....yo escucho.

F.2- Ah, mi marido también. ¿Cómo es que se llama ese que pasan las 24 horas?, ¿NN?, ¿cómo es?

F.1- TN, Todo Noticias

F.2- Sí, mi marido mira ese.

F.1 - Bueno. Paso un rato y me informo todo el tiempo de la Argentina, que se viene para acá enseguida la lluvia, entonces todo. Vivo con un informativo puesto siempre que tengo tiempo en casa. Ahora, si tú me preguntas: ¿y cuándo fue? Ah, fue tal día pero no sé dónde.

En la segunda instancia grupal de adultos una integrante comenta:

“...hace unos días, recién lo vi, lo escuché, porque estoy siempre haciendo algo.”

El informativo de T.V. permite que estas mujeres continúen cumpliendo sus labores siendo parte y conformando su ritmo cotidiano. El espacio conformado por los medios en la cotidianeidad, está tan incorporado que en el intento de distinguir los sentidos puestos en juego a la hora de encontrarse con el informativo es inútil diferenciarlos. Esta dificultad por abstraerse del espacio compartido con las noticias y poder diferenciar si fue escuchado o visto, o desde dónde fue recibida la noticia, nos muestra el acoplamiento indistinto de “universos incorporales” (Guattari, 1996) y sobre todo nos revela la existencia de lo sonoro como aquello que acompaña la actividad, delimitando el territorio existencial, ese ritornelo delimitador del espacio en el que funcionamos

moviliza las fuerzas anticaos de su tarea. Los aparatos de radio y de televisión son como una pared sonora para cada hogar, y marcan territorios...” (Deleuze y Guattari, 2002. p.318)

(Deleuze y Guattari, 2002) y el que habitamos con tanta facilidad y mimetismo. Como también expresa Silverstone sobre la televisión en la vida cotidiana, actúa conformando pautas y hábitos cotidianos “como factor que contribuye a nuestra seguridad” (Silverstone, 1999, p.43). Es así como se naturalizan estos espacios sonoros y entramos en la cuenta como los medios de comunicación son nuestro medio ambiente, y como tal nos cuesta distinguirlos para expresar que están ahí conformando el espacio.

También hemos hecho mención a que desde la experiencia de nuestros grupos de discusión y visionado identificamos otra modalidad de ver el informativo por parte de los hombres adultos mayores de 50 años. En el caso de ellos se evidencia que se disponen a informarse articulado a alguna actividad que los mantiene quietos y que no les requiere mucha atención. Uno de los participantes nos cuenta “...de mañana, mientras desayuno, escucho el informativo en la radio...el informativo de la televisión, el de las 8 a veces el de las 7.”.

Los hombres adultos del grupo expresan compartir la acción de informarse con instancias alimenticias o aquellas que están muy mecanizadas y no requieren concentración para lograr realizarlas. De esta forma pueden estar sentados mirando la televisión o escuchando la radio y poniendo toda la atención en la comunicación. Se interpreta que existe de parte de ellos una especie de actitud de inversión en el informativo de televisión porque se llaman a silencio a todo el resto de las actividades y las charlas. Nos animamos a decir que hay una “comunidad silenciosa” (Brunsdon en Morley, 1996, p. 216) con el medio informativo, tanto sea la radio como la televisión en el hogar.

En este punto, sobre el tiempo que expresan disponer los adultos mayores hombres entrevistados para mirar el informativo de televisión no se acopla con las características de las narrativas de los noticieros que utilizan la repetición y hacen muy extenso el espacio del informativo. Asimismo, se puede entender que el tiempo destinado para mirar el informativo para ellos es únicamente para eso, se entabla con el televisor una comunicación lineal, donde la imagen visual juega una limitante para su movilidad y les exige mantenerse frente a la televisión. En este sentido, por el contrario se interpreta en las mujeres participantes del grupo jugar un vínculo más rebelde frente al aparato de

televisión. Como dijimos antes ellas realizan muchas otras tareas y no se entregan por completo a mirar el informativo, sin embargo, ellos sienten que deben estar como un receptor atento.

“...no todo el mundo tiene el tiempo que quiere para sentarse a mirar televisión....

Entonces a mi me molesta mucho estar 1 hora y media sentado mirando noticias y que me digan 5 veces lo mismo”. Expresa un integrante del grupo de adultos.

Se presentaron algunos casos de hombres que aún trabajaban fuera del hogar. Esto también marca un ritmo de vida distinto y un uso diferenciado de los medios informativos. En un aspecto, el ámbito laboral fuera del hogar imprime velocidad a los tiempos cotidianos, reduce el tiempo de disposición para sentarse a mirar el informativo y, a su vez, otorga movilidad en la ciudad. Esta última se acopla con mayor facilidad al uso de la radio que puede encenderse en el coche de camino al trabajo, permitiendo ir acompañado por la información a través del sonido. En este caso “el ritornelo” (Deleuze y Guattari, 2002), ese espacio-tiempo creado como ambiente, los ayuda y acompaña a moverse por la ciudad, es más concreto y optimiza el tiempo que disponen para informarse, marcando el ritmo con la productividad laboral.

“...yo veo el informativo y, taca, taca, taca, ta, veo, lo veo pero con aguante total... y después de verlo tengo mi opinión, tengo todo. Y después busco otra cosa, busco esto, busco otro, y hago zapping.” Expresa un integrante de uno de los grupos.

Volviendo a la forma de mirar los informativos de televisión, la actitud de inversión por parte de ellos los lleva a mantenerlos quietos frente al informativo, posibilitando un modo de habitar propio de la televisión como entretenimiento, a decir de Rincón (2011), una modalidad de *zapping* que singulariza esa masculinidad producto de una tradición y puesta en actualización. Según las expresiones recogidas en los distintos grupos se interpreta que ellos se entregan de cuerpo entero a mirar el informativo, tal es el caso, que muchas veces son calificados por ellas como “*adictos*”³⁰. Se puede leer que ellos, los hombres, son proclives a quedarse prendidos de la televisión y van surfando en

³⁰Expresión de una de las participantes del grupo de adultos.

busca de la temática de su interés, lo que Rincón llama “TV-surfing...siguiendo la ola” (2011, p.44). Otra motivación al *zapping* que pudimos leer de los participantes masculinos en el grupo de adultos es el afán de profundizar y acumular en un corto período de tiempo la mayor cantidad de información posible sobre un mismo tema, lo que Rincón llama “TV-zipping”(2011, p.44).

De la mano del *zapping*, buscando la ola u orbitando la luz, podemos reflexionar desde una mirada crítica que estos dispositivos electrónicos en los espacios cotidianos parecen ser formas de control modula la subjetividad diseñando las formas de vivir (Deleuze, 1991) en el espacio cotidiano. De esta forma vemos como el ritmo cotidiano de ver el informativo de televisión está atravesado y configurado por esa forma de estar en el hogar. A diferencia de las mujeres adultas participantes de los grupos que realizan *zapping* con las tareas del hogar, para los hombres adultos participantes es una instancia más asociada al ocio y el entretenimiento, marcada en su totalidad por el televisor con “*aguante total*”, expresión de un participante citado anteriormente. Según lo expresado por los participantes masculinos de los grupos, ellos se disponen en su totalidad a mirar el noticiero y el movimiento de *zapping* lo realizan con el control remoto. La disposición al trabajo, a las responsabilidades y/o tareas, no está en la instancia de mirar el noticiero, sino que por el contrario está fuera del hogar (otro espacio) o en otro momento del día (otro tiempo).

4. 2.b El informativo de televisión: la “ronda de mate” transgeneracional

La instancia del informativo se presenta como un “territorio existencial” (Guattari, 1996) donde la relación del que enciende la tv o se dispone a compartir un espacio donde el televisor está prendido, no se limita al objetivo racional de entretenerse o informarse. También es un espacio-tiempo compartido por otras implicancias que muchas veces son las que le dan sentido al encendido del noticiero de televisión. Tomando en cuenta un concepto muy potente y muy ligado a la idea de mediación (Martín Barbero, 1991), es el de dispositivo propuesta por Foucault (1985)³¹ y

31 “Lo que trato de situar bajo ese nombre es, en primer lugar, un conjunto decididamente heterogéneo, que comprende discursos, instituciones, instalaciones arquitectónicas, decisiones reglamentarias, leyes, medidas administrativas, enunciados científicos, proposiciones filosóficas, morales, filantrópicas; en resumen: los elementos del dispositivo pertenecen tanto a lo dicho como a lo no dicho. El dispositivo es la

redefinido por Deleuze (1990)³² donde la división entre objeto tecnológico y sujeto se pierde para poder pensar el vínculo, los cruces que se suceden. Un dispositivo no es el aparato del televisor sino lo que se sucede “en el entre”³³, en el atravesamiento de distintas líneas heterogéneas, y es aquí donde se dan relaciones de fuerza que se naturalizan o pecan de deterministas tecnológicas.

“...yo pongo el informativo... nos sentamos con mi abuelo”. Comenta un joven en uno de los dispositivos grupales.

“Lo que es mi familia sí, en todo momento, mismo mi abuela también, en todo momento está prendida de la tele mirando todo el informativo, y dos por tres, nos ponemos a discutir sanamente lo que son comentarios al respecto, lo que sea, políticamente, deportivamente, en general”, comenta otro joven del grupo.

Desenmarañando, encontramos en las voces de jóvenes participante del grupo que el noticiero de televisión que forma parte del ritual hogareño. Vemos que esta práctica muy pocas veces se deben a una instancia racional que los instala frente al televisor para informarse, sino que es una cuestión de mayor complejidad (Morley, 1996). Con el informativo se instaura un espacio de encuentro que actúa con fuerza a la hora de encender el televisor, más que la decisión de sentarse a informarse. La posibilidad de compartir con otros miembros de la familia, se presenta con potencia. Así como dispositivo, dispone a los cuerpos a encontrarse a su alrededor. La instancia de mirar el

red que puede establecerse entre estos elementos. En segundo lugar, lo que quería situar en el dispositivo es precisamente la naturaleza del vínculo que puede existir entre estos elementos heterogéneos. Así pues, ese discurso puede aparecer bien como programa de una institución, bien por el contrario como un elemento que permite justificar y ocultar una práctica, darle acceso a un campo nuevo de racionalidad...En tercer lugar, por dispositivo entiendo una especie — digamos— de formación que, en un momento histórico dado, tuvo como función mayor la de responder a una urgencia. El dispositivo tiene pues una posición estratégica dominante.” (Foucault, M., 1985, p. 128-129)

³²“Cada dispositivo tiene su régimen de luz, la manera en que ésta cae, se esfuma, se difunde, al distribuir lo visible y lo invisible, al hacer nacer o desaparecer el objeto que no existe sin ella... Los dispositivos tienen pues, como componentes líneas de visibilidad, de enunciación, líneas de fuerzas, líneas de subjetivación, líneas de ruptura, de fisura, de fractura que se entrecruzan y se mezclan mientras unas suscitan otras a través de variaciones o hasta mutaciones de disposición” (p. 155 - 157)

³³ Las comillas son usadas para objetivar eso que sucede entre un sujeto y un objeto, para ponerlo de relieve.

noticiero de televisión habilita de algún modo la conexión con la diferencia generacional armando un espacio-tiempo común.

De la participación de uno de los jóvenes de los grupos se visualiza el encendido del televisor como una excusa para la charla e intercambio de un tema que se presenta en común a distintas generaciones, un lugar físico, temporal y discursivo que dispone para el encuentro entre los miembros de la familia. Se lee como generaciones alejadas en ritmos de vida y formas de pensar son congregadas por el noticiero de televisión a compartir el mismo espacio-tiempo de recepción, y todo lo que allí se vivencia además del mensaje emitido por el noticiero. Este factor de encuentro entre generaciones en el núcleo familiar, es una de las líneas de la mediación en sentido de Martín Barbero (1991), es decir, aquello que la recepción hace con los medios. En este caso el medio es el que posibilita un lugar de encuentro y diálogo generacional.

“Bueno, a mí me pasa que tengo a mi abuela y voy una vez por semana a la casa y es religioso: me tengo que bancar el informativo”, dice otro joven en el grupo.

Desde la juventud participante de los grupos se percibe que el acercamiento a mirar el noticiero de televisión es a través de los adultos. Una de las líneas de fuerza que aparece por parte de los adultos es el informativo de televisión como aquello instituido, en el sentido de una práctica instalada y ritualidad legitimada. La juventud realiza una línea de ruptura, la fuerza instituyente busca informarse a través de las redes sociales o Internet y el medio técnico que utilizan con más frecuencia es el teléfono celular o la computadora.

“(…) ahora la vida de cualquier, creo que es bastante así, niño, adolescente, está en Internet, en montón de celulares, todo lo que Internet en general.”, dice una joven del grupo.

“(…) Y si quiero leer alguna noticia o algo, voy a las redes sociales o en Internet (...)”, es la intervención de otra joven.

Según expresan los jóvenes participantes en nuestra investigación, la acción de informarse es individual con respecto al espacio elegido para interactuar con el aparato,

no así del espacio virtual ya que en las redes sociales establecen diálogos y debates a partir de una noticia. También miran muchas veces las noticias de televisión a través de sitios en Internet de los canales de televisión pero están lejos de decidir por sí solos sentarse a mirar el noticiero de televisión, la motivación para eso es el deseo de compartir un espacio-tiempo con los adultos mayores e integrantes adultos de la familia. El interés, o al menos lo que organiza la acción cotidiana es estar con ellos y para eso hay que “*bancar el informativo*”, como expresó un joven citado anteriormente.

Esta conducta del grupo en la instancia de mirar el noticiero nos remite a los lazos grupales que se tejen en un ritual, en la repetición constante de una acción que adquiere sentido prácticamente sagrado e identifica a un grupo. Lo que para Silverstone (1999) sería la “seguridad ontológica” que sostiene la cotidianidad, lo familiar, aquello que se puede predecir en relación a la televisión en particular y se inserta en un espacio cultural más amplio: el valor a la familia, la invitación a la televisión para instalar temas de conversación.

Aquí, en la instancia compartida del noticiero se teje ese “hilo de simpatía coagulante” (Vidart, 1998, p. 10) que tan elocuentemente expresa Vidart en su trabajo sobre el mate y su capacidad de establecer hilos de conexión a través de la fuerza de la costumbre, más que por el logos. El mate es una bebida tradicional y muy popular en el Uruguay. El mate se asocia al sentido de encuentro con otros, de reunión, a una excusa para encontrarse. Por eso es usado en este subtítulo, ya que hacer referencia al informativo como punto de encuentro entre generaciones, como aquello que, al igual que el mate, aparece como el hilo que permite tejer las conexiones entre las generaciones. Así tenemos elementos para asimilar la ronda de mate a la costumbre de mirar el noticiero de televisión como la instancia que teje los hilos de ese encuentro, la que establece los lazos motivando y dando material para la conversación intergeneracional, la integración.

“(...)básicamente mi núcleo familiar que todo el tiempo miraban y consumían, hasta el día de hoy siguen consumiendo lo que es informativo, canal 10, canal 4. En un momento sí tuve un gran interés por saber qué es lo que pasaba, pero por mi cuenta, no porque me dijeran mirá lo que está pasando afuera, tené cuidado, ojo con la calle, lo

típico que un familiar te dice por preocupación.”, continúa el mismo joven en el grupo. El asunto de la puesta en común, del encuentro, es un aspecto que pone en cuestión la idea de comunicación como transmisión lineal donde se plantea un esquema: de un lado de la pantalla hay alguien que emite y del otro hay un interés por recibir el mensaje. Con respecto a la dinámica expresada en el grupo de jóvenes, se propone que los mensajes emitidos por el informativo no se pueden analizar como encapsulados y sellados en sí mismos. Las narraciones de los noticieros ingresan al hogar y se cruzan con la discusión hogareña, el mensaje del informativo de la tv provoca el comentario de algún integrante, llama a la memoria otros hechos, otros discursos, experiencias particulares, etc. Así vemos las interpretaciones de las distintas generaciones y su puesta en común: el relato de un acontecimiento pegado a las precauciones y temores de otros, sobre todo de los adultos mayores.

Por otro lado, se observa en las expresiones de algunos jóvenes de los grupos la rebeldía juvenil y la desconfianza del discurso del informativo televisivo, que también está presente a la hora de decodificar su mensaje.

“me pasa que tengo mi abuela (...) y vamos a ver el informativo y lo que dice el informativo parece siempre real,(...) ella piensa que todo lo que pasa en el informativo es así como se lo dicen”, expresa un joven en el grupo.

Aquí se pone en juego a la hora de decodificar los mensajes de los medios de comunicación la legitimidad de los mismos o no, su significación social en la dinámica familiar, hasta donde su discurso puede ser cuestionado o no, y habilita la entrada de otras “verdades”, etc. De esta forma se encadenan los enunciados, con las experiencias singulares, donde el adulto mayor está más en el hogar y el medio de comunicación tradicional sigue teniendo mucha fuerza y veracidad. Sin embargo, los jóvenes en el grupo lo ponen en duda.

Expresa una participante: *“la mentalidad cambió mucho (...) las personas que usan las redes sociales,(...) usuarios que aportan información a la sociedad”*.

Los otros medios de comunicación obtienen su atención y cuota de legitimidad. Los

jóvenes del grupo expresan informarse a través de las redes y esto no es menor a la hora del encuentro, del debate e intercambio familiar. La narración del informativo entra en diálogo y es transformada una vez puesta en circulación, al estilo bajtiniano (Bajtín, 1997) entrando en la cadena infinita de enunciados. Lo que sale del aparato, una vez en circulación ya es otra cosa. Aunque como menciona Morley (1996) posee una dominante de sentido. En este caso lo que se repite con frecuencia y atraviesa la generacional, es la producción del miedo. Tanto en los adultos como en los jóvenes participantes de los grupos coinciden que las noticias emitidas por los informativos les causan miedo.

Los abuelos y abuelas, por sobre todo, son las figuras más importantes como portadores y compartidores de costumbres y ritos, entre otros, en torno a los medios de comunicación. La radio y la televisión, como medios de información son los bastiones a través de los cuales se resiste el ataque de los nuevos medios de comunicación. Al igual que en los estudios de Ong sobre la transmisión en las culturas orales, donde las figuras con más edad y experiencia eran las encargadas de transmitir y compartir con los más jóvenes las narraciones de su cultura así como también eran las encargadas de enseñar los códigos para recordarlas (Ong, 1996). Actualmente, podemos ver la instancia de mirar los noticieros de televisión como ese encuentro con la tradición, tanto por parte de los jóvenes al hacer explícita esta instancia con sus abuelos y abuelas, como también por parte de los adultos mayores en su insistencia en la importancia de que los jóvenes miren los noticieros y estén informados. El contexto social que potencia esta transmisión se debe a que en nuestro país el adulto, sobre todo aquel que está jubilado, permanece mayor cantidad de tiempo en el hogar y muchas veces se encarga del cuidado o acompañamiento de los adolescentes y jóvenes de la familia. En el espacio compartido ordinariamente se dan arreglos familiares que logran hegemonía para instalar el noticiero en el televisor, lo que se presenta como un acuerdo tácito, es de hecho una “visión forzada” (Lull en Morley, 1996, p.204) y no una elección del encendido del televisor para ver el noticiero. Los congregados en el hogar llegan a informativo de televisión a través de aquel miembro de la familia que en ese espacio tiene el poder de elegir la programación. Asimismo, el joven que va a la casa de su

abuela tiene que religiosamente ver el informativo sin proponérselo voluntariamente, en esa casa la abuela posee el control del televisor y el joven se ve forzado a ver.

***M1.**: Llegan las siete de la tarde y está: ponemos el informativo, pero no es como que...*

***M3.**: Claro, no le estás prestando atención, lo tenés ahí, pero estás en otra.*

***M1.**: Sí, ahí en la vuelta y escuchás*

El uso de la televisión para informarse para los jóvenes es “forzado”, alguien en el hogar prende el informativo, expresan que sus padres o abuelos y abuelas lo hacen, y ellas y ellos: “*en la vuelta y escuchás*”. La juventud participante de los grupos parece estar en el espacio compartido, en la esfera informativa pero con “elasticidad cultural”, ya que a la hora de habitar ese espacio compartido en el hogar conviven y se adaptan a diversos contextos, incorporan viejas formas modernas con las posmodernas de la cibernética y movilidad virtual (Martín Barbero, 2002).

Lo interesante es que a pesar de continuar la costumbre de encender el televisor en el horario central del informativo, aquello que Álvarez en los años 80, describió como un “rito al atardecer” de los uruguayos (Álvarez, 1988), este ritual va adquiriendo flexibilidad. Una joven cuenta “*...cuando yo era más chica,...era sagrada esa hora, llegabas a hacer ruido a esa hora y estabas en el horno.*” Sin embargo expresan que ahora no hay un reclamo de parte de los adultos por hacer silencio en la instancia del informativo, con alguna excepción de los abuelos y abuelas. Los jóvenes se lo adjudican a que ahora son varias las opciones para informarse que se asocian al formato del informativo y se encuentran en la posibilidad de dirigirse a otras plataformas informativas a través de Internet. De esta forma, se puede hablar e intercambiar más cuando está el informativo de televisión porque si se pierden algo pueden recurrir a Internet o pueden ver las otras ediciones del informativo.

Pero también existe muchas más oferta informativa en la propia televisión y puede ser otro motivo por el cual la instancia de las 7 hs de la tarde no sea tan sagrada como en

otro momento de la historia. Así vemos el “mutuo acuerdo” que se genera entre la instancia de visionado en el hogar y la oferta televisiva que hace referencia Morley (1996) al mencionar como el formato televisivo se acomoda a las formas de mirar la televisión en el hogar, la vemos en la existencia de muchos espacios informativos en diferentes horarios, a la mañana, al mediodía y a la noche. Esta repetición en otros horarios posibilita que esa instancia no sea tan “sagrada” al punto de silenciar a la familia para darle la palabra al informativo, sino que cada vez más se enciende el televisor en el informativo pero funciona sin una centralidad protagónica, sino como un integrante más en la ronda que debe ganarse la atención pero al que se lo puede invitar en otro momento.

4.2.c Noticias a la carta

“... un canal de televisión hoy en día tiene sitio web, aplicaciones, tienen canales de YouTube, y está en todos lados...” comentario de una joven en uno de los grupos.

Como sabemos son varios los medios de comunicación que ofrecen la posibilidad de informar, algunos de ellos previos a la invención de la televisión, como la prensa escrita y la radio. Posteriormente Internet ofrece la oportunidad de incluir varios de los “clásicos” medios en una plataforma única. Las nuevas generaciones cada vez presentan menos usos de la televisión como fuente de información (la radio y diarios también caen) y se incrementa el uso de otras pantallas con Internet (Alonso, Beltramelli y otros, 2013). Hicimos referencia al llamativo que presenta Internet como medio de información en varios momentos del trabajo, así como también al gusto por la radio por parte de los mayores de 50 años, según las valoraciones realizadas por ellos mismos y los jóvenes en nuestros grupos de intercambio y visionado. Entonces en ambos grupos, tanto adultos como jóvenes, utilizan además de la televisión, otros medios de comunicación para informarse. En este apartado haremos foco en las singularidades que se configuran en la articulación de estas maneras de informarse, cómo entra en juego el noticiero de televisión con otras opciones informativas.

Durante el transcurso de la investigación emerge también otra variable, además de la edad, que es la del carácter de migrante. Este factor singulariza ciertas tendencias en el

vínculo con la televisión y con otros medios. Es importante aclarar la categorización de migrantes que construimos. Así hablamos de alguien que ha vivido la experiencia de migrar de un país a otro y/o se ha radicado por un tiempo prolongado en un país que no es su lugar de origen. Esta singularidad será también foco en esta etapa del análisis.

La televisión abierta tiene la particularidad de imponer horarios y programación semanal. Este plan determina a aquellos que desean informarse a través de ese medio a depender de los horarios del informativo y su agenda temática. La agenda informativa propone en algunos casos hasta dos horas, con las particularidades que hemos visto hasta el momento. La agenda determina los horarios, la organización de las noticias en la programación del informativo, el tiempo destinado a cada noticia y la publicidad.

(no sé cuánto informativo se consume actualmente, no tengo idea, no sé si es muy consumido en la población, pero creo que también tipo con el uso de las redes sociales, a mí también, como que te podés informar por ahí también porque, de repente, lees el titular de una noticia en una red social y si te interesa, entrás, y nada, es como que seleccionas más y no estás esperando que te muestren algo como muy mecánico.

Comenta una joven en el grupo.

Los factores de determinación anteriormente nombrados son eliminados por las plataformas digitales. Cada uno de los canales abiertos de nuestra capital cuelgan las noticias televisadas en sus webs, y al mismo tiempo le dan la posibilidad a los usuarios de compartirlas en las redes sociales. Este elemento de ruptura con la determinación del horario de la programación informativa en la televisión, es el mayor llamador de la juventud según la voz de una integrante del grupo de jóvenes.: *“...es como que seleccionas más y no estás esperando que te muestren algo como muy mecánico.”* La idea de lo *“mecánico”* que comparte la joven hace referencia a la imposición de la rutina, el ritmo marcado por la programación televisiva del informativo que se acopla al ritmo familiar.

La oportunidad de poder elegir el horario deseado para informarse y también en un formato audiovisual se yuxtapone con disponer de dispositivos que nos aseguran una *“audiovisión individual”* (Urresti, 2008, p.27), como son los teléfonos celulares y las

computadores en los hogares. Urresti plantea ver una tendencia de la juventud que recurre a mirar noticias e informarse de manera individual en contraposición al modelo de televisión abierta que congrega y presenta una única oferta a varias personas simultáneamente (2008). En el modelo amplificador de televisión abierta, recordemos, se acopla la noción de masa y todas las categorías de recepción como las audiencias, audiencias diferenciadas, etc. A nuestro entender, no se trata de binarismos entre “lo individual y lo común”, sino a diferencia de lo planteado por Urresti, la cuestión es navegar la diferencia, la heterogeneidad. Es así que nos encontramos con que la juventud participante de los dispositivos grupales práctica una forma distinta de informarse, muy asociada a la idea de que esta generación está dentro de lo que Piscitelli (2009) llama los “nativos digitales”³⁴. Esa categoría implica una forma de conocimiento, de acercamiento al mundo y apropiación muy diferente a aquellos que nacimos y aprendimos a través de las tecnologías analógicas. Estos nativos digitales emergen en la conjunción de sistemas orgánicos y tecnológicos, ni causa ni efecto, sino agenciamientos.

Una joven comenta “...si sos de mente abierta, como decía él, también te ponés mucho a pensar cómo es, en qué medio..., con el uso de las redes sociales...de repente, lees el titular de una noticia en una red social y si te interesa, entrás..., más bien elegís, capaz que es la misma noticia, pero que en la tele le dan un enfoque y en la prensa escrita es totalmente otro y también leer algo que se parezca a lo que yo pienso o como yo lo transmitiría, yo le presto mucha atención a eso”. Internet, para la juventud entrevistada se presenta como el dispositivo habilitante más adecuado, en este nuevo formato.

Los involucrados en la producción de contenidos digitales como en su recepción desobedecen al llamado de las viejas categorías utilizadas para los medios “de masas” (Urresti, 2008). Los usuarios de Internet son navegantes, conocen y habitan más los

³⁴Son aquellos que nacieron con el desarrollo de la tecnología digital y han crecido inmersos en ella. En cambio los inmigrantes digitales son aquellos que vienen de las tecnologías analógicas y han tenido que aprender a utilizar la digital como “segunda lengua”. El autor toma en cuenta la marca generacional pero sin dejar de lado las variables que pueden implicar diferencias y flexibilidades en las categorizaciones de nativos e inmigrantes, que existen en relación al acceso donde el nivel socio-económico y el capital cultural y simbólico deben ser considerados. (Piscitelli, 2009)

flujos que se atraviesan y conectan que las parcelas desconectadas o secuenciadas de forma lineal, se entusiasman con el acceso aleatorio, el hipertexto y la idea de poder crear su propio itinerario y autodescubrimiento. Observamos en la expresión de la participante juvenil de los grupos que Internet le ofrece un nivel de autonomía en armar su propio trayecto y aprendizaje que los cautiva, así como la posibilidad de crear redes entre pares (Piscitelli, 2009).

Uno de los motivos que aparece con frecuencia para explicar cuál es el atractivo de Internet en lugar del informativo de televisión es que *“no te sientas a mirarlo, porque estás a full”*, según la expresión de una joven en uno de los dispositivos grupales. Es decir, que frente a una sensación de vivir a velocidad, las noticias vía Internet, brindan la posibilidad de continuar con el ritmo veloz.

Las noticias en de las redes sociales comulgan con la instantaneidad. La espera es lo que se evita con la navegación en Internet porque ofrece la posibilidad de buscar de forma inmediata la información en la que hay interés y sin demora o *“bancarse todo el informativo”* (como expresa otro participante del grupo de jóvenes) para llegar a la noticia que interesa. Este aspecto responde a una “nueva sensibilidad” (Martín Barbero, 2002) propia de la juventud que guarda una distancia -y desea marcarla- con la sensibilidad de los adultos. La primera adquirida por las nuevas formas de percepción que responden a tiempos más veloces y de relatos audiovisuales cortos y fugaces. (Martín Barbero, 2002).

“...yo por eso digo que vamos y saltamos a lo puntual, porque hoy siento yo, que veo el informativo, tanto de mañana como al mediodía, de tarde y a la noche, yo lo veo, que ya no te aporta, no te aporta más nada, porque es siempre la misma noticia de que mataron a alguien, le robaron a alguien, el comerciante, chocaron. Entonces, ta, esto lo vimos ayer, antes de ayer y la semana pasada.” En los grupos de jóvenes que realizamos, la descripción de llevar una vida sin tiempo para sentarse 2 horas a mirar el informativo de televisión es algo muy compartido, pero más que una vida agitada lo que surge con mucha fuerza es la molestia por la determinación de un horario y cantidad de tiempo para ser destinado a mirar el informativo. Aún es más incómodo cuando existe la percepción en los grupos de que el informativo ofrece una agenda repetitiva,

sensacionalista y con extensos cortes publicitarios que hacen eterna la jornada informativa.

La juventud entrevistada prefiere cubrir sus expectativas informativas a través de las redes sociales o ir directo a las Web de los canales y seleccionar las noticias. Mirar el informativo de televisión es para los jóvenes entrevistados una pérdida de tiempo. El atractivo está en armar su propio recorrido informativo, investigar, abrir varias versiones del mismo tema, crear su propio itinerario informativo y tener la sensación del descubrimiento. Les atrae aquello a lo que no acceden de forma directa y les permite sentir que les proporciona autonomía.

El informativo de televisión les ofrece, según los entrevistados, lo que pueden ver caminando por la calle. Las noticias de accidentes y robos abundan y eso es cuestión de salir un poco por la ciudad. El atractivo está en aquellas cosas que pueden ofrecerle información nueva y distinta a lo hegemónico, a lo masivo.

Los jóvenes en los dispositivos grupales comentan que pueden elegir en función de sus gustos y muchas veces estos están marcados por sus grupos de pares, con los que conviven en las redes sociales. Sin embargo, la producción de contenido o los debates en foros en función de una noticia no aparecen como modalidades instauradas en la cultura juvenil media montevideana (Kaplún, 2008). Situación que no parece haberse modificado en la última década según las expresiones de los jóvenes participantes de los grupos.

Otro atractivo de Internet según la expresión de los participantes es la posibilidad de dedicarle el tiempo que necesitan para entender cada noticia. Tienen la oportunidad de analizar y comparar. En un principio puede ser contradictorio con la idea de aceleración e instantaneidad. Sin embargo, el valor de la instantaneidad y lo concreto aparece frente a la crítica de una oferta televisiva que categorizan de repetitiva y sensacionalista, así como frente a los largos cortes con publicidades. También algunos de los usos audiovisuales, que hicimos referencia en anteriores apartados, utilizados por el informativo de televisión como la superposición de múltiples pantallas, la simultaneidad de texto escrito, voz en off e imágenes en movimiento, produce una sensación de

desorden más que posibilidad de atención. Los jóvenes entrevistados escogen la Web para poder dedicarle el tiempo necesario para abordar cada noticia. Es de su preferencia seguir la navegación a través de los *links*. Su modalidad es tener a primera vista todos los titulares para luego ir seleccionando aquellos que le llaman la atención o en los que quieren profundizar. Están más familiarizados con el gráfico y prefieren la lectura rápida. De esta forma al parecer la lectura es mayor ya que se amplía al hacer el ejercicio de seguir las huellas gráficas y abrir múltiples pantallas.

Otro elemento que aparece como crítica a la oferta televisiva y al mismo tiempo motivo por el cual Internet cautiva a la juventud, según la voz de los entrevistados, está marcado por la búsqueda de una identidad política que no comulga con los informativos de canales abiertos de Montevideo. La elección de Internet como medio es una expresión más -como en la ciudad el graffiti, las barras de las esquinas o de los estadios- de una “contracultura política” (Martín Barbero en Kaplún, 2004, p.4) propia de la cultura juvenil que expresa el desprecio de las organizaciones tradicionales (Kaplún, 2004). En este caso se toma el uso de Internet para informarse como medio alternativo o contrahegemónico despreciando el informativo de televisión como la voz del poder hegemónico. Internet le ofrece a la juventud la posibilidad de buscar “otras versiones sobre el mismo tema” y también de expresar su opinión al compartirla en las redes sociales o comentar la noticia.

Comenta un joven: “...es un jornal de trabajo que estás perdiendo mirando así una tele mientras te pasan las mismas tres noticias.” La sensación de que siempre es lo mismo, el malestar por la repetición, por la cantidad en exceso de noticias policiales y la cantidad de tiempo publicitario, lleva a la juventud a emigrar a las redes sociales y las plataformas web para informarse. Lo interesante es que el joven compara el tiempo destinado a mirar el informativo de televisión con un jornal laboral para poder dar cuenta de la pérdida de tiempo que significa para él informarse a través de la televisión. Sin duda, en esta participación se puede leer que el valor del trabajo en la clase media sigue siendo de fundamental importancia y de ahí la contraposición que utiliza el joven: la televisión pasa a ser el signo del ocio y entretenimiento también en los más jóvenes, y dentro de ella el informativo.

La impresión de que en el informativo de televisión impera un espacio de entretenimiento y una forma de “matar el ocio” es algo compartido también por los adultos participantes de los dispositivos grupales. Específicamente aquellos que están disfrutando de su jubilación se perciben como personas con poca actividad y por eso le destinan mucho tiempo a la televisión. En el caso de los adultos que aún trabajan, el informativo de televisión no es la opción que prefieren para informarse de forma ágil, para eso también emigran a otros medios, pero en este caso la radio gana en preferencia. Para el grupo de los adultos, la radio es el medio que les ofrece instantaneidad y concreción, *“está bueno lo de la radio, uno va a trabajar, prende la radio del auto y vas escuchando y te vas informando lo que querés.... Entonces a mí me gusta concreto, que estoy 1 hora pero en esa hora me informen”*, expresa uno de los participantes adultos. De esta forma para los adultos que continúan trabajando y tienen movilidad en la ciudad se acoplan mucho más la radio en la búsqueda de instantaneidad en la información. Los hombres del grupo hacen referencia a la movilidad ciudadana y su trabajo, las mujeres a las tareas del hogar, ya que la radio da la posibilidad de *“hacer las cosas”* dice una de las participantes haciendo referencia a las tareas del hogar. Es así que la velocidad lleva a los adultos, muchos de ellos “inmigrantes digitales” (Piscitelli, 2009) a quedarse más que nada en la radio al estar aún poco familiarizado con la navegación por Internet. En el caso de la juventud entrevistada, según sus expresiones, están en Internet y navega cómodamente por sus opciones.

“Entonces, ... lo capto así. El flash de la noticia y después trato de informarme. O por Internet, que más o menos busco, o por algún diario del exterior que a veces la noticia está pero a veces planteada diferente ... Es la expresión de una participante adulta en uno de los grupos cuando se le pregunta por el informativo y las formas que tiene de informarse.

“... yo me enteré del asesinato de ... en las redes sociales primero. Me enteré enseguida por las redes sociales antes que en el informativo.” Intervención de otro de los integrantes del grupo de adultos.

Hay dos puntos a destacar, que dan cuenta de singularidades en la subjetividad que

atraviesan ambas generaciones de adultos y jóvenes.

Uno de ellos es la incorporación de los dispositivos digitales, celulares y tablet que según los adultos mayores participantes de los grupos, también están incorporando. Vale destacar y contextualizar la experiencia de incorporación de nuevos medios para entender las expresiones de los participantes. En el Uruguay a partir del año 2015 se puso en marcha por parte de la presidencia de la República el plan Ibirapitá. El mismo consiste en asegurar el acceso a las nuevas tecnologías de la comunicación a los adultos mayores. Para esto se les ofreció a los jubilados, en principio con menores montos jubilatorios, una *tablet*, un mínimo de conexión mensual gratuita y capacitación para su alfabetización digital (Presidencia de la República Oriental del Uruguay, 2015). Este plan se va masificando año a año. En el 2017, cuando realizamos los dispositivos grupales con adultos mayores de 50 años, el uso de las *tablet* para informarse como también para compartir noticias y comentarlas, comenzaba a escucharse entre ellos, tal vez de forma incipiente pero para nada menor a dos años de la ejecución del plan. Sin duda también los dispositivos como el teléfono celular comenzaba a tener su lugar entre ellos. La tercera encuesta de uso realizada en 2017 confirma estos datos (Plan Ibirapitá 2017).

“...yo por ejemplo viví muchos años afuera. Yo viví 29 años en Barcelona... Y otro problema que también veo es que se le da muy poca importancia a lo internacional.” comentario de un adulto.

“En mi caso, más lo internacional, o sea, si pasa algo en Uruguay, así, de política, en general, me interesa, pero suelo ver mucho internacional, y aparte, por ejemplo, ahora, a mí, por ejemplo, me gusta porque en YouTube hay muchísimo contenido y hay un canal que va a países y por ejemplo, estuvieron Venezuela y ellos grababan y te daban su opinión al final como para decirte su opinión, pero él te grababa lo que pasaba y tú eras el que creabas tu propia opinión.” Intervención de una joven española que participó de uno de los grupos e intervino para comentar qué noticias eran de su mayor interés.

El segundo aspecto a destacar, la singularidad que no está vinculada a una diferencia

etaria es la condición de inmigrante y la experiencia de movilidad en el mundo. Las nuevas tecnologías de la información dan la posibilidad de mantener los vínculos con otros lugares a pesar de la distancia física. Ofrecen la posibilidad a los inmigrantes, (según la joven española y el adulto que vivió muchos años en España y volvió al país) a continuar conectados con sus espacios culturales identitarios, así como mantenerse conectados con ese otro lugar del que también son parte. Esto es algo que se le reclama de forma explícita o con la acción de emigrar a otro medio, a la televisión y su oferta informativa. Esta última no responde a este interés a pesar de la cantidad cada vez mayor de inmigrantes que existe en nuestro país.

En estos casos vemos como la familiaridad en la navegación por Internet y la emigración a éste como lugar para la información es compartida por personas, tanto adultos como jóvenes, que han vivido en el exterior o nacieron en otras partes del mundo y actualmente se encuentran en nuestra capital montevideana.

4.3. El devenir de la interacción

En este apartado profundizaremos en el análisis de los procesos de subjetivación en interacción con los contenidos, formatos y los modos de informarse. El atravesamiento de las cuestiones anteriormente analizadas: qué se mira (las narrativas de los informativos de televisión) y cómo se mira (las instancias en las que sienten que se informan), producen síntesis en el sujeto, configuran formas de ser en el hacer cotidiano informacional.

4.3.a Del gesto del zapping al linkeado

MI: en realidad son monótonos. Es: troco, troco, troco, troco, todas las noticias policiales. Troco, troco, troco, y todas las noticias de fútbol. Pa, pa, pa, pa, y todas las noticias del otro, pa, pa, pa, pa. Y todo, o sea, es por sectores.

Entonces al fin y al cabo, a mi no me interesa ver el futbol, cambio de canal.

F2: está lo mismo... (riéndose interrumpe el relato la participante y se observa el gesto de otra señora afirmando el comentario).

M1: seguro, entonces no lo mantiene a uno en el canal. Si yo tuviera dos noticias policiales, después me pasan una noticia de fútbol, después me pasan una noticia de teatro o de arte, lo que sea. Entonces yo me tengo que quedar porque sino no llego a verlo.

F1: interesante

M2: Claro, mi señora me acusa por hacer zapping. Pero si yo

M1: jajaja...a mi me acusan de lo mismo.

F2: Yo hago lo mismo, también.

M2: Yo veo el informativo y, taca, taca, taca, ta, veo, lo veo. Pero con aguante total, como usted dice que hay que aguantar, pero lo veo y después de verlo bueno, tengo mi opinión, tengo todo. Y después busco otra cosa, busco eso, busco otro, y hago zapping.

M1: Es que es la única forma de ver.

“Un gesto lo es porque representa algo, porque con el mismo sólo se trata de dar un sentido a alguna cosa” (Flusser, 1994, p.11). La noción de gesto que maneja Flusser hace referencia a ese fenómeno, movimiento y/o acontecimiento articulado en el contexto cultural “artificial”; es al mismo tiempo expresión de algo fisiológico (ejem.: dolor) y representación, ya que se inscribe en la codificación disponible y aprehendida socialmente. En el gesto se da el “acordamiento” (1994, p.17), que adquiere sentido, simboliza algo, “es un método, que otorga un significado a los «acuerdos» en tanto que

los simboliza” y por eso mismo debe ser interpretado, no puede ser comprendido en su totalidad sino interpretado en el aquí y ahora en el que acontece (Flusser, 1994, p. 17).

El *zapping* televisivo es un “clásico”, desde que aparece la posibilidad en la televisión de optar por diferentes canales en una misma franja horaria, el propio formato le ofrece al participante la oportunidad de moverse entre canales, al estilo *shopping center*, al decir de Beatriz Sarlo (1994), quien hace una observación sobre la lógica de industria cultural de la televisión y la colocación del televidente como consumidor posmoderno. La oferta simultánea ha llevado a los canales y publicistas a buscar estrategias de seducción para mantener su audiencia. Sin embargo, el *zapping* es una práctica instalada en los televidentes y seguramente en la actualidad sin esa posibilidad de saltar de un canal a otro “nadie miraría televisión” (Sarlo, 1994, p.38), aunque se sabe que en todos los canales “*está lo mismo*”, así es expresado por una de las participantes. A pesar de la queja por la homogeneidad de la oferta informativa, que realizan los integrantes de los dispositivos sin diferenciarse en la edad, se insiste en tomar el control remoto y cambiar, sin ser retenido en ninguno, se sigue saltando de canal.

La televisión ofrece el flujo, ya no hay canales, ni programas (Rincón, 2011). La lógica del *zapping* nos permite asociarla a la práctica de la edición. En este caso los televidentes participantes de los grupos que practican esta forma de acercarse al informativo, cortan y pegan planos y secuencias a su antojo en el momento en el que al director de cámara no se le habría ocurrido, interviene en las imágenes, pasan a otro punto de vista, a otra secuencia y van armando su montaje propio, obedeciendo a una sola autoridad: el deseo de tomar el control -remoto- (Sarlo, 1994).

Ya hemos visto que la forma de *zapping* enmarcado en la narración audiovisual (cambio de canal por control remoto) es practicada con mayor frecuencia por los hombres en el caso de los adultos. Podemos asociar esta práctica al atractivo de la omnipotencia que da el control remoto, la posibilidad de dominar a la distancia, utilizando el artefacto como una extensión del deseo de poder.

Las imágenes que vienen del exterior, sobre todo del espacio público que en la modernidad es introducido al hogar (Thompson, 1998b), son dominadas por el control

remoto. El espacio público históricamente ha tenido una presencia masculina dominante, con la transformación que los medios de comunicación generaron en él también la vinculación de los hombres con ese espacio se ha modificado y uno de esos aspectos es la de ejercer el deseo de omnipotencia, de creer que se puede saber todo a la distancia, a través del cristal de la televisión, concretamente a través del informativo. La realización del deseo a través de la autoselección, la sensación de autonomía frente a la oferta informativa, parece sintetizar la realización plena de la democracia: “el montaje autogestionado por el usuario” (Sarlo, 1994, p.39). El ciudadano participante va armando su propia narración de los hechos a medida que va formando su opinión.

En el caso de ellas, las mujeres adultas participantes de los dispositivos grupales, constatamos que es más frecuente el salto de la programación con otras tareas en el hogar y el cuidado de los otros. La especificidad del *zapping* de la narración audiovisual no es lo que practican sino el *zapping* entre la programación del informativo y las tareas del hogar. Tomando como clave de análisis la idea del ingreso del espacio público al privado a través de la televisión (Thompson, 1998), podemos leer las fuerzas que rigen la construcción de estas mujeres con el espacio público al ser re-creado en la forma de vincularse con los informativos de televisión. Así la participación de estas mujeres en la esfera pública está supeditada y administrada por el espacio del hogar y sus tareas en él. Esto es puesto en escena al expresar la forma de vincularse con el informativo de televisión, tejiendo los hilos entre el espacio público y privado en la composición de un ritornelo existencial específico (Deleuze y Guattari, 2002). En este tipo de *zapping* es la manera en la que se han permitido participar como ciudadanas, ellas conjugan el espacio público con sus quehaceres en el hogar, saltando de las imágenes proyectadas del televisor a las tareas dentro del hogar.

El gesto (Flusser, 1994) del *zapping*, expresa del televidente participante el deseo de omnipotencia y también de libertad, no sólo al querer romper con las reglas de la narración que le brinda el informativo, sino por el de cambiar, de transformar lo dado en otra cosa. La libertad de elegir propia de los valores democráticos se acomodan produciendo el gesto del *zapping*. “*Es la única forma de ver*” expresa el participante del grupo, es la única forma de armarse un punto de vista propio dentro de una oferta

homogeneizante.

Siguiendo a Sarlo (1994), el *zapping* no es una invención del televidente participante, sino que fue inaugurado por el propio medio de comunicación desde el momento que se instala más de una cámara en el estudio de televisión. El salto de un plano a otro comienza a rodar y a marcar un ritmo particular de época. Es interesante ver cómo los participantes del grupo al expresar el punteo de noticias van tarareando el ritmo constante que propone el informativo : “*troco, troco, troco, pa, pa, pa*”, es la expresión de uno de los participantes.

Además, de una visión del mundo, la televisión nos propone un ritmo, que para el televidente participante es, por momentos, atomizante. Velocidad en pequeñas fracciones de segundo. El silencio o la pantalla en negro no entran en la descripción. La velocidad de las imágenes y sensacionalismo son producidas por el temor que un hueco vacío en la programación conduzca al televidente participante al *zapping* (Sarlo, 1994). El salto de un plano a otro ha sido incorporado y naturalizado por las generaciones, prácticamente contemporáneas a la masificación de la televisión³⁵, la velocidad se intensifica a medida que se incorporan más cámaras en estudio y fuera de él, se edita y retransmite. Estas estéticas rítmicas comienzan a ser cotidianas, se aprehenden y forman nuestra subjetividad contemporánea.

No podemos sostener por mucho tiempo el silencio, hay que encender el televisor, la radio, el celular, algo que acompañe. Es el ritornelo (Deleuze y Guattari 2002) contemporáneo, las tecnologías de la comunicación marcan nuestro ritmo de vida actual y con la práctica del *zapping* se construye la constancia rítmica. Ritmo acelerado que el televisor, reflejo de nosotros mismos, nos devuelve de un contexto acelerado también por otros medios de comunicación. El pasaje de un lugar a otro, se redimensiona en el traslado de nuestro cuerpo por el espacio, reducción de tiempos lograda por los medios de transporte, nos reducen la cantidad de tiempo destinado al camino y nos posibilita llegar a más destinos. Experiencia de transporte acelerado en la ciudad que se incorpora

35 En el apartado “La televisión en el Uruguay” hacemos mención a su expansión en los años 60 y los adultos que participaron de los grupos eran mayores de 50 años, es decir que nacieron en pleno desarrollo de la tv.

en los hogares seleccionando tanto los canales de televisión como los tipos de dispositivos, dependiendo el viaje que se desea realizar (Martín Barbero, 2002).

En uno de los grupos de adultos, durante el visionado de noticias, pudimos observar algunas reacciones que llamaron nuestra atención. Esto sucedió al poner la segunda noticia, en el momento en que el grupo estaba más distendido y donde se comienza a observar reacciones menos controladas. Fue en esa instancia que algunas personas en el grupo comenzaron a inquietarse, a moverse en las sillas y a llevar la mirada hacia otros lugares (cosa que no había sucedido durante todo el transcurso de los grupos). Estas reacciones las observamos concretamente en una noticia sobre un error en el abastecimiento de medicamentos en el hospital público de Montevideo que causó una sobredosis de hierro en bebés. Hubo dos casos que nos llamaron la atención: dos de los hombres integrantes toman sus teléfonos celulares y se ponen a pasar sus dedos sobre ellos como dando una ojeada rápida a la pantalla. Por un lado, puede considerarse que el nivel de atención no puede mantenerse por mucho tiempo, pero lo llamativo fue la inquietud que se generó, y sobre todo que dos de los participantes sujetan sus teléfonos celulares y se ponen a mirarlos en el medio del visionado de las noticias, cuando los celulares nunca habían aparecido antes en el grupo.

Considerando la actitud mencionada como un “emergente” o un “gesto” de zapping frente a la noticia. El emergente surge en una individualidad pero da cuenta de una acción, reacción, expresión, aprendida en el transcurso de nuestra vida, en relación con otros desde el nacimiento (Pichón Rivière, 1985). Este concepto está emparentado en cierto modo con la noción de “gesto” para Flusser (1994), ya que puede emerger en una individualidad pero da cuenta de lo aprendido colectivamente, de las costumbres, signos, formas de ser que introyectamos y proyectamos en y con los/as otros/as. En esta oportunidad el gesto de *Zapping* se efectuó hacia otro dispositivo, hacia otra pantalla. Al no tener en sus manos el poder que les brinda el control remoto para cambiar de canal, dos de los integrantes del grupo saltaron hacia otro lugar pero a través de otro dispositivo que ya ha tomado protagonismo en la actualidad, el teléfono celular.

Aquí hay un aspecto que nos interesa abordar, dentro de los límites de este trabajo, ese aspecto hace referencia a aquello que motiva el salto de un canal a otro canal o

dispositivo. Al momento de retomar la conversación grupal y a la pregunta de la investigadora sobre qué les pareció la segunda noticia, uno de los integrantes que observamos mirar el celular durante el visionado de la segunda noticia, contesta: *“Está bien desarrollada la noticia porque da una idea, y da la idea de dolor. Del jefe que está, que fue la responsabilidad del jefe, del cartelito de “por duelo está cerrado”, da dolor. Es una noticia que, que, nos mostró a nosotros.”*

Fue justo en esa noticia donde decide dar el salto a otro dispositivo. Esta intervención nos ofrece elementos para la interpretación de este gesto que, de haber tenido un control remoto entre sus manos, pudo haber sido *zapping* por control remoto pero esta vez fue un salto hacia otro dispositivo. En este caso lo que se evidencia es el deseo de interrumpir la narración que ofrecía la noticia, la cuestión aquí no es hacia dónde saltar, hacia dónde ir, sino la interrupción, el corte con lo que se estaba generando entre la narración de la noticia y el televidente, un monto de afecto que para los participantes fue muy difícil sostener.

Ese monto de afecto es generado por el sensacionalismo. Esta idea de provocar sensaciones, con imágenes y relatos simples de leer en la oferta informativa, y de esa forma retener al televidente participante en un canal, no parece ser el resultado que se logra. Lo que observamos es que provoca lo opuesto, el salto, el *zapping* *“El dolor”*, *“da dolor”*, estas son las palabras del televidente participante del grupo de adultos, el dolor insostenible que lo lleva a cambiar a otro dispositivo de comunicación, cambio a otro canal, es la válvula de escape, y se puede interpretar como la posibilidad de liberarse del monto afectivo que generó la noticia.

Cada singularidad en su hacer cotidiano re-crea el viaje entre las noticias televisivas disfrutando del atractivo del automontaje, lo vimos con los adultos mayores y su salto entre canal y canal o en el caso de las mujeres también con las tareas del hogar.

Comenta una integrante del grupo de adultos *“El flash de la noticia y después trato de informarme por Internet, que más o menos busco, o por algún diario del exterior”*. Se comienza a ver un cambio con la introducción de las nuevas tecnologías de la información y comunicación en las generaciones más adultas. En el apartado anterior se

hizo mención a la inclusión al mundo digital por parte de los adultos mayores a través del plan Ibirapitá, de distribución de *tablets* y alfabetización digital a los jubilados de nuestro país, así como la masificación del uso de teléfonos celulares (Plan Ibirapitá, 2017). Esto no es menor a la hora de pensar en las nuevas modalidades de buscar información. Ya no es sólo, según la intervención de la adulta en el grupo, a través del control remoto, saltando de canal en canal en la televisión. Sino que ahora se va *linkeando* o pinchando en los *flashes* informativos, presentados simultáneamente en la pantalla. Las redes sociales, también comienzan a aparecer de forma muy incipiente, en los adultos mayores participantes de los grupos, como medio de información, así como la participación en los comentarios de noticias para expresar la opinión.

Esta modalidad de visionado a través de la multiplicidad de oferta informativa en una misma pantalla es practicada por los jóvenes según el comentario de una joven participante de un grupo: “*Lo mejor de las redes sociales es tomar la decisión de lo que quiero ver y lo que no quiero ver y si es el tipo de noticia que te interesa.*”

De esta forma sienten que van a lo puntual, lo que es de su interés. Para esto les es más llamativo la simultaneidad de toda la información en una pantalla. En esta modalidad se les presenta la oferta informativa en una misma pantalla, varias opciones en simultáneo se plantan frente al participante y el ojo puede recorrer de forma rápida los titulares. Ya no hay una imagen que acapara toda la visión del televidente y para salirse de ella tiene que pasar por otras, pasar la secuencia, como en el caso de los informativos de televisión.

Las noticias emitidas por los informativos son compartidas en las redes sociales y comentadas entre pares, según comentarios de los jóvenes en los dispositivos grupales. Al mismo tiempo encuentran y comentan las publicaciones de los usuarios de las redes, los videos que cuelgan filmados a veces por los propios pares así como por *youtubers* y otras plataformas informativas. Esto habilita a practicar más una modalidad de lo que Rincón categoriza como "linker" o "tv zipping" (2011, p. 44) propia del uso de Internet y que hace referencia al cliqueo de videos y *link* uno detrás del otro. Los primeros son los más nombrados por los jóvenes participantes de los grupos, donde puede atraer que en fracciones de segundos se puede estar “gozando de breves momentos de éxtasis”

(Rincón, 2011, p. 44). Aunque también mencionan lecturas de noticias de periódicos digitales locales e internacionales, así como la búsqueda de una misma temática profundizando y profundizando en la información, en un personaje, en una idea.

Todo se presenta simultáneamente, y así podemos asimilarlo a la estética de un mosaico. Una cantidad de piezas, de fragmentos de diferentes formas y colores componen la pantalla para ser recorrida a medida que se mueve el mouse o se desliza el dedo. La forma mosaico muestra una configuración distinta a la forma secuencia que nos ofrece la televisión. En este caso todo está ahí, es cuestión de recorrer el espacio virtual hasta llegar a una noticia de interés sobre la que se pincha y se vuelve a desplegar un nuevo mosaico de imágenes, videos y *links*. Nuevas formas de saltar de una información a otra y de armar su propio relato, formas que se acercan con prontitud y que como menciona una de las jóvenes abre la incógnita sobre el futuro: “*cuando nosotros seamos adultos, ¿qué irá a pasar con la televisión en general?*”.

4.3.b En vivo y en directo nos narramos

Los adultos mayores participantes de los dispositivos grupales más asiduos a la televisión presentan la convicción de que el informativo debe informar y “dejar ver” aquello que las personas en sus casas no alcanzan, de ahí la gran metáfora del informativo como una ventana al mundo. Por una parte hemos visto cómo los informativos de televisión cada vez recurren más a las tomas en directo de acontecimientos delictivos o violentos a través de cámaras de seguridad o teléfonos celulares de particulares. Estas tomas son transmitidas por el informativo con elementos que dan a entender que son capturas en crudo, sin edición ninguna. Lo mismo sucede con los videos que le son enviados a los periodistas de las tomas de teléfonos celulares de uso doméstico.

Estos mecanismos conforman el mensaje no sólo por el simple hecho de disponer de avances en las tecnologías visuales sino porque su uso en la producción arguye la presencia de un telespectador participante que espera transparencia e inmediatez, y además que pueda ser comprendido de forma sencilla.

Como todo enunciado en su constitución está la orientación hacia alguien (Bajtín,

1997), el otro: el telespectador participante, es parte constitutiva del mensaje. Para eso el productor da por entendido que del otro lado de la televisión se espera el hecho sin intermediarios, que redonda en la idea de objetividad en el sentido de que no hay edición sino toma directa, así como en la idea de veracidad. Son utilizadas señales³⁶ (Voloshinov, 2009) susceptibles de ser comprendidas inmediatamente ya que están y las vemos en los espacios cotidianos compartidos en la ciudad, son parte de nuestro universo simbólico y podemos comprobar su existencia.

Los intereses por la masividad también entran en juego en esta construcción del mensaje y por eso sus contenidos están pensados para una fácil descodificación, no poseen un código complejo o que pueda llegar a marginar por su acceso a la comprensión. Por lo tanto, el reconocimiento de la señal es inmediato para todo público, sin discriminación: adulto, joven o niño.

El sentido de credibilidad de las noticias policiales o violentas es logrado ampliamente, no hay duda que es lo que sucede, y lo que genera es el sentimiento de que las personas están en peligro fuera de sus hogares. La comprensión de la señal es la peligrosidad que hay en la calle. En términos de Voloshinov (2009) podríamos decir que al comprender el mensaje, al lograr decodificarlo, ya estamos insertos en el signo ideológico, en el punto de vista dominante, entendemos el fenómeno de forma más o menos parecida. Aquí podemos ver como el sentido dominante hace referencia al peligro de los espacios compartidos con otros, sobre todo fuera del hogar. De esta forma se alimenta la reducción de interacción en los espacios públicos y cara a cara, se encierra el ciudadano en el hogar y se potencia la utilización de las nuevas tecnologías que permite habitar más las conexiones, los flujos y las redes, ante las ciudades como espacios de encuentro (Martín Barbero, 2002).

Tanto los jóvenes como los adultos participantes de los grupos hacen mención de sus

³⁶ Para Voloshinov la señal convoca acciones de reconocimiento en la comunidad donde aparece, algo que mínimamente debe reconocerse. Es una entidad mínima que nos asegura que más o menos estamos haciendo referencia a lo mismo. El reconocimiento no es idéntico en su totalidad porque para Voloshinov cada quién construye su noción de la señal según su experiencia de vida, según su relación con el mundo, según su biografía y contexto.

comentarios sobre la peligrosidad en la calle. Desde dos posturas muy diferentes, ambos ponen como referencias noticias transmitidas con estos recursos de visibilidad directa por los noticieros para fundamentar la limitación de circulación en el espacio público. Los adultos mayores las utilizan como material “didáctico-pedagógico”, en el entendido de que ponen de referencia lo que transmite el noticiero para mostrarle a los más jóvenes lo que les puede pasar y desde ahí les aconsejan circular por ciertos lugares y otros no, como también en ciertos horarios, que llevar y cómo ir vestido, etc.

Los adultos expresan en los dispositivos grupales que viven con mucha tristeza y dolor lo que ven en el informativo de televisión. Actuando como espejo de nuestra sociedad, las noticias les devuelven a esta generación una gran limitación de circulación por la ciudad y confianza en el prójimo, que a edades avanzadas entendemos que se vivencia con mayor intensidad por sus niveles de vulnerabilidad.

En el caso de los jóvenes, los participantes de los grupos expresan que la limitación viene del mundo adulto y también se lo adjudican al exceso de mirar televisión. El informativo muestra hechos aislados en la ciudad y en el tiempo, que son presentados como una sobredosis de visibilidad e información en cuestión de minutos y esto provoca en los adultos mucho temor. Este último es transmitido en tono de preocupación a los jóvenes limitando la hora de salir de sus hogares. De esta forma vemos cómo estos recursos audiovisuales en las narraciones sobre la seguridad ciudadana, actúan como mecanismos de control, fomentando el “imaginario del miedo” y con él la formulación de políticas de seguridad (Carrión Mena y Nuñez-Vega, 2006). También el imaginario de una ciudad peligrosa limita la circulación en los espacios públicos y coarta cierta forma de vestir, objetos que portar, por miedo al robo o a enfrentarse a situaciones violentas.

La dosis de visibilidad directa expone a una vivencia en exceso y esto genera a su vez verbosidad. Es decir, es lo que más se comparte con los otros, de lo que más se habla, según pudimos recoger de los diálogos de los dispositivos grupales llevados adelante. No queda sólo en el impacto inmediato sino que en un aspecto evoca experiencias propias o de personas cercanas. De esta forma la noticia se inserta en una cadena dialógica (Bajtín, 1997) infinita y multitudinaria. La noción de cadena dialógica en

Bajtín hace referencia a la transformación que posee un enunciado al estar vivo y en uso, se va asociando a otros enunciados y resignificando. De esta forma comienza a conectarse a otros hechos y experiencias que robustecen el sentido del mensaje. Además, como mencionamos que al ser este tipo de noticias muy fáciles de compartir ya que no se necesita mayor información o conocimiento que la experiencia cotidiana, es una temática recurrente de conversación con otros, por lo que pudimos relevar en los grupos de intercambio y visionados suscitados. Se convierte en el espacio simbólico en común, en términos de Thompson (1998a) es la forma simbólica puesta en circulación masiva. Así como se habla del clima con alguien que no conocemos y sabemos que nos entenderá porque es algo del orden de la experiencia sin discriminación, la utilizamos como temática de conversación o al menos de intercambio con el otro, podemos asimilarlo a lo que sucede con las noticias que recurren a la visibilidad directa de situaciones violentas, delictivas o de catástrofes.

La televisión como medio de comunicación motiva la conversación social (Rincón (2006), Martín Barbero y Rey (1999)). Como vimos, a partir de lo expresado por los participantes de los dispositivos grupales, el informativo de televisión lo ven con los otros integrantes en el hogar, por más o menor tiempo, de forma transitoria, lateral al lugar donde está ubicada la tv o de forma directa. El uso del medio es más propenso a lo colectivo, llega su accionar al que se encuentra cerca o en algún momento pasa por el lugar sin estar dispuesto a integrarlo. La práctica de mirar informativo de televisión se diferencia mucho, en este aspecto, de la lectura de un periódico impreso o digital, en el sentido de que esta última se realiza de forma individual y se comparte con otros a partir de una narrativa verbal. En el caso del informativo de televisión la narración es en directo y con verificación inmediata. Este medio tiene la capacidad de llamar la mirada del televidente y crear un ambiente inmediato que posibilita integrarse, de cuerpo entero, a esa comunicación (Brunsdon en Morley, 1996, p. 216).

La conformidad entre los integrantes de los grupos de que el informativo de televisión debe informar sobre los acontecimientos a pesar del grado de violencia que expresen y el valor del trabajo del periodista que arriesga su vida para conseguir la noticia, no eclipsa el malestar del exceso de visibilidad e información que es puesto en circulación.

La repetición de los contenidos en un mismo informativo como su sincronización con los otros canales, lleva a un exceso de visibilidad y atomización que incomoda, y se vive como un atentado a la ciudadanía.

Se le otorga a la televisión un rol educativo. Para los participantes de los grupos generados en la investigación, el informativo de televisión es una “*escuela de delinquentes*”, expresa una de las participantes adultas. Se muestran detalles que son innecesarios, sacan a circulación información sobre el paradero de ladrones u operativos policiales que consideran es información técnica totalmente inútil para la generalidad del público, enseñan formas de ganarse la vida fácilmente, muestran violencia y arrebatos constantemente. Es interesante tomar en cuenta la designación de “*escuela*” al informativo de televisión así como analizarlo a la luz del contexto de las transformaciones que se dan en las instituciones clásicas. Estas instituciones que Foucault las enmarco en las sociedades disciplinarias como mecanismos de encierro (Deleuze, 1991) con su apogeo en los inicios de siglo XX, la familia y luego la escuela, eran consideradas pilares de la organización social, las primeras instituciones por donde los individuos se forman. Ahora hay otros actores, los medios de comunicación que intervienen activamente, que conviven con las instituciones educativas, y considerando su crisis, comienzan a cederle espacio a estos actores sociales (Martín Barbero y Rey, 1999).

Otro aspecto que se combina con el anterior es el de la comunicación visual y la imagen como educadora. Esta consideración da cuenta del descentramiento cultural en relación a la escuela y el libro, esta figura social y soporte son históricamente íconos del sistema educativo, legitimados para transmitir el saber (Martín Barbero y Rey, 1999). La imagen y su carácter de polisemia, es decir, la posibilidad de ser leída de diversas formas no puede ser controlada (Martín Barbero y Rey, 1999), y es otro factor que corrompe las tradicionales formas de conocimiento. El informativo de televisión y su insistencia por la visión y la imagen es, en contradicción con el reconocido valor de hacer ver y mostrar, un educador fuera de la norma. Aún más: un deformador social al difundir y detallar las maniobras delictivas y violentas.

Los adultos participantes de los grupos realizan una discriminación entre los dueños del

canal de televisión y los periodistas que trabajan en los medios. Estos últimos son rehenes de los intereses de los primeros, se observa una identificación que va por los carriles del trabajador asalariado y como tal está atado a las condiciones que establece el patrón. El periodista es un trabajador que se acopla a las órdenes de los propietarios del canal y los auspiciantes. El canal público se reconoce como más flexible y sus periodistas parecen más libres al ejercer su profesión pero presenta alguna faceta propagandística del gobierno de turno.

Los jóvenes participantes de los grupos se expresan con sospecha de los informativos de televisión sin distinción, esto también se debe a que no son seguidores asiduos de los informativos. La mayoría de las veces son como “fumadores pasivos”³⁷ del informativo, llegan a él a través de las redes sociales o Internet donde se pierde la noción de canal de tv y queda todo en la fragmentación temática y en el flujo de la red.

De esta forma podemos ver que la sospecha por lo que hay detrás de lo que nos presenta el informativo de televisión es constante y no tiene distinción etaria. Se da por entendido que hay una verdad por detrás del mensaje, aquello que Boris Groys llamó “sospecha mediático-ontológica” (2008, p.83) que parece mantener un estado paranoico en el televidente espectador. ¿Cuándo esta sospecha desaparece? Cuando se puede ver el “espacio submediático”, el que sustenta los signos, detrás de la superficie mediática que podemos observar (Groys, 2008, p.83). Las tomas en directo de las cámaras de seguridad y los signos que permiten ver que es un programa de computadora o una toma de un teléfono celular particular disminuye la sospecha. En el caso de las y los periodistas, cuando dejan ver su subjetividad así como cuando cometen errores en cámara, al momento de la sinceridad, se revela el “espacio submediático” (Groys, 2008, p.83) y se baja el umbral de la sospecha. Por esta razón nos aventuramos a interpretar que estas formas tienen un impacto mayor en la subjetividad de las personas, ya que se vivencian como un “sinceramiento” (Groys, 2008, p.88) asociado a la espontaneidad, a la ruptura de la rutina, de la repetición, surge lo nuevo. Lo cierto es que no existe un nivel inferior final, y por ello, el efecto de sinceramiento es utilizado para renovar la

³⁷Se denomina así a una persona que no fuma por voluntad propia pero al estar cerca de alguien que está fumando, aspira el humo.

dinámica de la representación.

4.3.c Entre lo que somos y lo que nos cuentan

M4- Hay una cosa que es cierta también, en el medio hay cosas que son buenas. Porque usted va y precisa alguna cosa y va a la Intendencia, y va a este y va al otro y no le dan importancia, se cansa la gente con lo mismo. Cuando llama a los canales, pa (golpea las manos)

F2 - Ah sí, al otro día está todo

M 1- está todo

F1 - está todo arreglado (risas)

M 4- Es así, yo lo digo porque tengo experiencia en eso.

F1 - es verdad

M 4- Una vuelta, una muchacha que el marido le prendió fuego a la casa, ahí en la calle Marne, la mujer se había quedado sin nada, violencia doméstica y todo. El tipo cayó en cana. Entonces yo, como soy concejal vecinal, yo fui al comunal, no le dieron importancia. Entonces como yo estaba en la política, llamé a uno, llamé al diario El país, dijeron que no que no daban nada. Y bueno...y entonces llamé a la televisión, al canal 12 y luego salió en el diario el país y todo y enseguida vinieron bloques, ladrillos, todo.

F1 - Y justo agarraron para ese lado?, diario El país, Canal 12, todos en la misma línea.

M 4- Entonces, uno lamentablemente. Uno no quiere llegar a eso pero no te queda otra.

M1- Es el medio, es el medio. No es el informativo.

Este diálogo se da en la instancia de uno de los grupos que conformamos con adultos. Comienza con la intervención de un integrante masculino que se presenta como concejal, referente de su barrio en el municipio, y que durante el transcurso del encuentro expresa poseer una historia de origen económico humilde y radicada en barrios populares de la ciudad. Este aspecto no es menor, ya que este integrante se desvía del perfil de población considerado en esta investigación pero su intervención nos permite poner de relieve las reacciones del resto de los integrantes del grupo que cumplen con el perfil esperado del grupo.

El informativo de televisión pone a rodar el espectáculo político, juega como arena de lucha y disputa. Ya no se centra únicamente en la clase política para poder dar cuenta de lo que ocurre o para conocer las proyecciones de gobierno. El informativo no es monopolio de una clase política que habla en representación de sus votantes y tiene la última palabra en los medios (Álvarez, 1988). Ahora la materia prima de la construcción narrativa son los hechos en directo, el testimonio de un ciudadano que denuncia una situación, que expresa una problemática no abordada por el gobierno, y a partir de esto presenta las distintas voces y las pone a debatir, entre partidos políticos como con personas organizadas en torno a una temática puntual.

Los informativos de televisión ejercen un rol de poder que comienza a ser demandado en términos de participación ciudadana, por lo que vemos en el diálogo que se compartió en uno de los grupos de adultos al comienzo de este apartado. Son actores sociales que cumplen el rol de intermediarios entre los gobernantes del Estado y la ciudadanía (Martín Barbero y Rey, 1999). En este aspecto el informativo es un aliado para hacer sonar la voz de aquellos que se sienten olvidados por las acciones gubernamentales del Estado, o por la clase política, poniendo en la pantalla las demandas o reclamos que están desatendiendo o dilatando.

Sin embargo, para participantes de los grupos de discusión el uso de la pantalla noticiosa para denunciar situaciones de la vida cotidiana y de los barrios populares le genera rechazo. Tanto adultos como jóvenes de este segmento medio de la sociedad en términos económicos y culturales, son críticos de los contenidos de los informativos en lo que respecta a la búsqueda de la noticiabilidad en los asuntos cotidianos, el uso de

entrevistas y testimonios a personas comunes -es decir, fuera del ámbito de la representación política-, personas protagonistas de hechos o víctimas de los mismos. Estas formas son consideradas poco pertinentes para ocupar un espacio en el informativo. Se reconoce su efectividad y poder pero son desvalorizadas.

A simple vista se puede interpretar esta enemistad fundada en la idea de que no dan cuenta de hechos que atañen a un número importante de ciudadanos sino que son puntuales y nada representativas. Sin embargo, la cuestión que leemos y consideramos queda invisibilizada en el malestar del televidente participante de nuestros grupos de discusión, es que el informativo pone en escena la subjetividad, la experiencia de los afectados, hace aflorar las emociones por sobre la racionalidad.

Durante el visionado de los informativos de televisión pudimos observar ese tipo de noticias donde la denuncia de cualquier aspecto legítimo a la participación ciudadana queda en un segundo plano y se motiva que aflore la emoción del entrevistado. Lo que sucede es que se le ofrece el micrófono a algún protagonista de un hecho puesto en noticia, el periodista formula preguntas que provocan la exploración y expresión de su experiencia y sentimientos en el medio de una situación atípica y conflictiva. La intención del periodismo de televisión es la de evocar en el entrevistado los sentimientos y emociones generados por una situación atípica en su vida y que lo condujeron a denunciar. Esta búsqueda sensacionalista es lo que genera mayor rechazo y queda estereotipada la vulnerabilidad social, las zonas más populares y de menor acceso a los espacios de representación.

De esta forma son legitimados para aparecer en el informativo de televisión: los periodistas, los políticos y las organizaciones de la sociedad civil, sin duda sus intervenciones se dan en el plano de la racionalidad y no se las conduce al ámbito del espectáculo, sin interpelar lo afectivo o su vida íntima. En su momento Álvarez (1988) dió cuenta de la presencia de la clase política en la producción de noticias. En aquel entonces el investigador diseñó una topología de las noticias para analizar los noticieros y concluyó que la mayor cantidad de noticias del periodismo de televisión eran construidas en el Parlamento y en la Casa de Gobierno, es decir, que los ámbitos políticos eran los privilegiados como fuentes. En la actualidad esto ha cambiado,

generando la noticia en la vida cotidiana de las personas y buscando los testimonios de la subjetividad del público.

Otro aspecto al analizar el rechazo que genera esta modalidad es la consideración que el sector medio -en términos socioeducativos- de la sociedad montevideana consolidó su particular cultura política en el imaginario de clases medias urbanas, de influencia europea e identificada con las democracias de masas ya que el Uruguay fue uno de pioneros del continente en la universalización del voto (Selios, 2006). Es así que en los adultos mayores se continúa apostando a la representación política y la clase política, por muy criticada que sea, es exigida y se demanda su mediación.

También, algo no menor a la hora de valorar -por parte de los televidentes participantes de nuestros grupos de discusión- el contenido y las formas del informativo de televisión es la comparación con otros medios de comunicación como la prensa. Una postura “apocalíptica” (Eco, 2001) emerge hacia el medio informativo audiovisual. Se expresa una postura crítica porque consideran que se propone una agenda informativa para el consumo con el objetivo de aumentar la audiencia y no para formar sobre los asuntos ciudadanos. Se acusa al informativo de televisión de simplificar y trivializar la información -en el uso de la toma directa de los hechos, por ejemplo-, porque no hay una búsqueda de causas y consecuencias, no se ve un trabajo de investigación y elaboración de la información.

El reconocimiento del poder que tienen los informativos de televisión en intervenir pone a circular en los televidentes participantes su contrapartida, se los reconoce y critica en su imparcialidad política, y sobre todo dependencia económica.

“...si hay un asesinato, ese asesinato se repite después de cada publicidad...se alarga muchísimo..”, comenta un integrante del grupo de adultos una serie de intercambios que dejaban entrever la crítica a la intervención en la programación de los informativos de televisión de los grupos de poder hegemónico, económicos y políticos.

La repetición de noticias en un mismo noticiero, la carga horaria de 2 horas, la entrevista a testigos o a protagonistas de acontecimientos, todos estos aspectos son leídos como consecuencia del poder que ejercen los auspiciantes, así como los dueños

de los canales de televisión. Se considera que se crean noticias en función de la cantidad de publicidad que el medio debe pasar.

Lo curioso es que la noticia que es considerada por los televidentes participantes de los grupos una construcción intencional producto de los grupos de poder hegemónico, es frecuentemente la que hace referencia a situaciones de denuncias de los sectores populares, situaciones violentas en los sectores más vulnerables de la sociedad, aquellas que utilizan los formatos de testimonios de vida y que el medio de comunicación las construye con un tinte sensacionalista. En este caso la forma, sensacionalista, es un gran aporte del medio para que el contenido y sus participantes queden en el lugar de la desvalorización social y segregación de la participación ciudadana.

También fue motivo de conversación en los grupos de discusión, sin hacer diferencia etaria, el poder político que interviene en la selección de los contenidos de los informativos de televisión. Esto da cuenta de la cultura política que conserva el sector medio de la sociedad.

“Una cosa que hay que pensarlo mucho. De que a lo largo de una administración del gobierno, nunca se pasa en esos canales privados una buena noticia que venga del gobierno.”, comenta un participante en el diálogo grupal.

La mayoría de los participantes muestran bagaje de cultura política asociada más al interés por los asuntos públicos que a la participación directa o en organizaciones de la sociedad civil. En el caso de los adultos mayores se observa el reconocimiento de figuras políticas de la actualidad como también hacen referencia a hechos históricos. Asimismo, traen a la conversación programas periodísticos televisivos actuales y también aquellos que permanecen en su memoria como un acervo de cultura televisiva, donde la presencia política y el debate de asuntos son valorados. De esta forma el mundo adulto mantiene una intensa participación política televisada, donde el objeto político se mantiene a la distancia y logrando la televisión ser el foro privilegiado de la competencia política (Thompson, 1998b).

Por el contrario, la juventud de perfil socioeducativo medio seleccionada en nuestra investigación hace mayor referencia a la participación ciudadana directa, a través de

movimientos sociales o en organizaciones de la sociedad civil, como el caso de la participación en sus centros de estudios, movimiento de mujeres, etc. y con menor conocimiento e interés en las figuras político partidarias.

En todos los casos se reconoce el poder político partidario para dar un punto de vista a la noticia, poner en público conocimiento algunos y ocultar otros, disparidad en los tiempos dedicados a declaraciones del oficialismo y a la oposición, y la manipulación de las noticias. A mayor involucramiento directo en política partidaria, mayor intensidad en la crítica de la imparcialidad. Tanto en uno de los grupos de jóvenes como en uno de los grupos de adultos, se presentaron participantes que expresaban militar en algún partido político, en estos casos se denunciaba con intensidad la imparcialidad de los informativos de televisión. El noticiero de televisión se vive como la arena de lucha política y los televidentes miran el juego desde las gradas, como las grandes hinchadas futbolísticas. La política en estos contados participantes ciudadanos (los participantes de los grupos de discusión) aún levantan pasiones y eso es vivenciado también en los noticieros de televisión.

Los adultos mayores hacen una diferencia entre los canales privados y el público, en lo que respecta al poder político y económico. Los privados están atados a las empresas anunciantes y a las corrientes políticas no oficialistas, el público es la voz oficialista pero con cierta flexibilidad. Sin embargo y a pesar de la crítica, miran todos los informativos. Esto va muy de la mano con la forma de mirar haciendo zapping, buscando no sólo informarse sino también entretenerse y tener un horizonte común de intercambio con los otros.

En cambio para los jóvenes son todos igualmente manipuladores de la información, imparciales y el canal público no entra en su universo de informativos. El uso de Internet, de las redes sociales les asegura buscar más versiones de un mismo tema y armar su propia ruta. También sienten que optimizan la administración del tiempo y escapan a la manipulación mediática.

“Las noticias tienen que tener un porcentaje de noticias que levanten la humanidad. Como antes, los libros de antes, se acuerda?” Comenta un integrante del grupo de

adultos mayores.

Esta intervención da cuenta de la nostalgia de los libros, los diarios. Con ellos sienten que tenían más posibilidades de elegir y ahora no les queda otra que ver lo que les ofrece el informativo, que lo sienten como una amenaza a su felicidad y buen ánimo. Permanece en los adultos mayores una sensación de que todo lo que sucede es negativo, peligroso. El informativo por más desafortunada que sea la realidad deben informarla y *“tirarle abajo la alegría de vivir”*. El informativo genera una sensación de peligro y tristeza en los adultos mayores, según lo expresado por los participantes en las instancias grupales convocadas. Les genera importancia y por otro lado, aparece el reclamo permanente de que el informativo también pase las noticias buenas, positivas, de todas las cosas buenas que se hacen en el país.

Los jóvenes participantes de los dispositivos grupales sienten ser estigmatizados por el discurso informativo. Expresan que este último asimila la figura de joven, delincuencia, pobreza y vandalismo. No encuentran ningún motivo para interesarse por el informativo, no se encuentran en él, sólo los congrega la costumbre de la reunión familiar de la tarde.

De los cuatro grupos convocados para esta investigación, en dos de ellos participaron migrantes, una joven española y un uruguayo retornado de España. Es una situación del Uruguay actual la inmigración, sobre todo latinoamericana -República Dominicana, Cuba y Colombia- y de Europa -España- con retornados uruguayos, que ha aumentado notoriamente en los últimos años en nuestro país.³⁸ Sin embargo, la televisión y en concreto el informativo no asume esos cambios sociales ya que incorpora muy poca información internacional, a no ser el caso de alguna catástrofe, atentados o situación de guerra. La agenda informativa aún plantea una sociedad de fronteras rígidas y con muy poca movilidad, cercana a lo que plantean Martín Barbero y Rey (1999) con el término “sociedad parroquial”, donde el mensaje es dirigido únicamente a los fieles que albergan la comunidad. Pero sobre todas las cosas, no hay un reconocimiento, una

38 “Si se analiza el stock de extranjeros nacidos en los países de los nuevos orígenes latinoamericanos, el número de llegados en los últimos cinco años que captaba la ECH en 2015 era un 40% mayor al registrado por el censo 2011 y la tasa de crecimiento anual ha sido de 9,3%.” (Mides, 2017, p. 42)

narración sobre nosotros mismos y nuestra caracterización como país de acogida. La transformación del informativo de televisión en la sociedad de flujos e intercambios es lenta y por eso aún su público en el sector medio de la sociedad sigue siendo el de mayor edad y más tradicional.

CAPÍTULO V: Conclusiones

Estas conclusiones expondrán los datos configurados a partir de la investigación tomando en cuenta que son el resultado de un análisis con énfasis interpretativo y hermenéutico, contemplando las claves culturales y las referencias múltiples.

Las narrativas de los noticieros de televisión están configuradas teniendo en cuenta el potencial del medio. En este caso un medio audiovisual, se encarga de hacer relevante y valioso su aporte en el mar de otros medios. La televisión impone el poder con el que dispone: la imagen en movimiento. Así lo visible prima.

A partir de los visionados realizados observados y de lo compartido por los participantes de los dispositivos grupales, destacamos que los informativos de canales abiertos de Montevideo, en medio de la competencia informativa, parece que encuentran su veta ganadora en la adquisición de escenas de la vida cotidiana. La exposición de asaltos, robos, accidentes, constituyen la construcción de una narración que produce experiencia, haciendo del espacio generado entre el informativo y los televidentes un lugar para la experiencia sobre nosotros y nuestro mundo, más que un espacio donde actualizar información de interés público.

Los elementos que hemos analizado a través de esta investigación, son aquellos que se destacan en el visionado de los informativos y que pudimos observar que configuran las subjetividades de los televidentes ya que las noticias que usan estos recursos son compartidas en el colectivo estudiado. Estos son el uso de tomas de cámaras de seguridad, imágenes y videos tomados por telefonos celular, testimonios de protagonistas de hechos en su mayoría fatales o violentos. Estos recursos audiovisuales permiten vivenciar la experiencia, los primeros simulan la inmediatez, es decir que son presentados como tomas directas sin edición por parte del informativo televisivo.

En las narrativas de los noticieros detectamos la existencia de la mirada heredada de la ficción cinematográfica que coloca al televidente en el lugar de la omnipresencia, donde todo lo puede ver y acercarse a los detalles sin ser visto. Esto coloca al televidente en el lugar del “vichón” (Sanabria, 2008), en el lugar de la omnipresencia. Logra concretar el deseo humano de querer saber más y estar en más lugares de lo que nuestro cuerpo y

posibilidad física nos ofrecen. Sin embargo, en los grupos entrevistados este recurso generó repudio al hacer abuso de su exhibición y rozar con la impotencia del que mira, creando un vínculo entre el informativo y el televidente participante donde la pasividad del receptor es potenciada, ya que sólo puede observar la situación.

En las conversaciones generadas en los grupos de discusión de jóvenes y adultos, se hace una distinción entre las formas de narrar las noticias de los canales privados con el canal público. Los primeros tienen mayor duración y utilizan recursos extraídos de las cámaras de seguridad para armar las narraciones. Estos recursos no son usados por el canal público, quien recurre a la creatividad audiovisual para generar drama y expectativa de resolución que es lanzada al escenario del debate público. Sin embargo, es un común denominador de todos los informativos de televisión -con mayor o menor intensidad y con diferentes recursos- colocar en la pantalla la experiencia cotidiana y evocación de las emociones en los televidentes.

Los elementos visuales adquiridos de cámaras ocultas que nos permiten verificar lo que está narrando el periodista o sustituirlo, comienza a ser fuente de información exigida por los informativos de televisión. Si este material no es entregado para ser transmitido se deja deslizar un discurso que denuncia la falta de colaboración con la ciudadanía y se levanta sospecha de ocultamiento de información.

Este recurso muy usado -transmisión de imágenes de cámaras de seguridad- por los informativos montevideanos genera un impacto público importante. Son diariamente frecuentes las noticias que usan la toma de situaciones violentas, robos y accidentes y son repetidas en un lapso corto del tiempo informativo. A esto se le suma, la práctica de *zapping* y entre la gente las conversaciones que giran alrededor de este tipo de noticias convocando otras pretéritas vinculadas a las experiencias personales como también al acervo noticioso que quedan en la memoria de la gente.

Un vasto e intenso anecdotario de situaciones violentas, robos y accidentes en un muy reducido tiempo, provoca una sensación paranoica, clima de peligro y miedo. Para los adultos mayores que participaron en los grupos, el informativo de televisión es como una ventana al mundo y esta referencia es una de las razones por las cuales podemos

aseverar que el exceso de información violenta los encierra y les genera miedo. Otra observación que nos da elementos para afirmar la generación de miedo generada por el informativo, es la expresión de los más jóvenes participantes de los grupos sobre las advertencias que sus adultos familiares le hacen sobre el peligro en las calles utilizando ejemplo de los noticieros. Asumimos que se acrecienta el miedo en la medida en que se encuentran en una edad que comienzan a sentirse vulnerables. También, como narración del mundo en el que vivimos y frente a lo expresado por los participantes de los grupos, se desarrollan juicios, valores, imágenes sobre la ciudad, los habitantes y el mundo que hacen referencia a la peligrosidad. Al mismo tiempo, configuran estereotipos donde se asocian a la juventud, la pobreza y la delincuencia. De esta forma consideramos que las narrativas de los noticieros de televisión potencian el encierro, fragmentan la sociedad y limitan la circulación por los espacios públicos.

La repetición y naturalización de estas fuentes de información (tomas de cámaras de seguridad y de celulares particulares) en el informativo de televisión pueden potenciar la sensación de que no hay información verdadera sino se recurre a dichas fuentes. Esto fue expuesto por los periodistas en una de las noticias que analizamos. Consideramos también que esto a su vez habilita a los ciudadanos a exigir la presencia de cámaras en la ciudad con mayor énfasis, tanto para el control de los espacios (cosa que ya está sucediendo) así como para su exhibición a nivel público, ya que el que no colabora queda tipificado por el discurso informativistas como: enemigo de la ciudadanía.

El informativo de televisión motiva la conversación social. Por un lado, el medio audiovisualmente facilita la comprensión, no tiene que ver sólo con la accesibilidad en la masificación del aparato de televisión sino con la accesibilidad al código, por otro, porque da cuenta también de un espacio compartido cotidianamente, la ciudad, el entorno por el que circulamos. En este sentido los contenidos que ofrecen y cómo los ofrece son temáticas de intercambio.

El formato de los informativos estudiados actualizan su presentación incorporando elementos de organización y diseño que provienen de otros medios de comunicación y que construyen una particular estética mediática que no escapa a las transformaciones

técnicas y por eso realiza una hibridación de varios elementos:

- Recursos audiovisuales multimedia: en un nivel, la multiplicidad de pantallas en simultáneo tomadas de la navegación de Internet. En otro nivel, la presentación en pantalla de mensajería o publicaciones en redes sociales (Twitter, Facebook, Instagram), páginas Web de agencias de noticias o de periódicos, videos de Youtubers.
- Movimiento de los cuadros que aparecen en simultáneo y le brinda ritmo a la imagen
- Fondos de imágenes digitales como escenografía.

La hibridación como producto resultado de elementos extraídos de distintos lugares también se da en la figura de la conducción periodística del informativo.

El/a periodista conjuga varias facetas que configuran su ser periodista-conductora del informativo de televisión. Es articuladora de espacios -el afuera y el adentro- y tiempos distintos -el tiempo de conducción y el tiempo de la noticia- , asimismo es traductora del lenguaje técnico -calificado- a el lenguaje cotidiano o coloquial montevideano, es por momentos la transmisora de información objetiva y por otros, parte del diálogo hogareño con sus gestos y opiniones, dejando colar su subjetividad para acercarse al televidente.

Otro recurso frecuente es la utilización de aspectos que se asocian a la lógica del *videoclip* -tomas de corta duración y cambio de planos- que componen una narrativa de ritmo acelerado y vertiginoso, y muchas veces es utilizado como una marca identitaria del informativo junto con el sonido.

El potencial de estética digital tiene su contrapartida en la recepción televidente, la multiplicidad de pantallas, los efectos y ritmo acelerado, por momentos resulta incómodo para los que solo tienen posibilidad de salirse a través del zapping entre canales, pero sin más opciones que volver a la misma lógica. La multiplicidad de pantallas genera en el caso de los jóvenes una sensación de caos. Se ven forzados a tomar la decisión de focalizar en una de las pantallas porque sienten que pierden la información general y no pueden regular el tiempo de recepción. Esta generación prefiere los medios digitales porque le ofrecen la posibilidad de la autonomía en la

administración acoplando sus tiempos y ritmos, obviando la repetición constante que ofrece el informativo. La juventud siente que gana en la optimización de su tiempo, tiene más capacidad de elección, autonomía y control sobre la información. En cambio a los adultos mayores no les incomoda en demasía los aspectos mencionados del formato. A nuestro entender hay una costumbre más arraigada al medio de comunicación radial donde existe una preponderancia del sonido y el discurso, y son capaces de seguir las imágenes en simultáneo a la escucha.

Los adultos, según las experiencias compartidas tanto por los jóvenes como por los adultos que participaron de los dispositivos grupales se encargan de transmitir la costumbre del uso del noticiero de televisión como espacio para informarse en familia. Aquí deben considerarse todos los sentidos involucrados, no sólo la visión de las imágenes proyectadas en la televisión sino también el sonido del informativo que acompaña el espacio compartido, la identificación de su cortina musical al volver de cada tanda, la voz de la conductora. Estos aspectos marcan no sólo un ritmo en la programación sino también el espacio-tiempo compartido y sus ecos que quedan en la memoria del encuentro.

El informativo se acopla a los usos que hacen las personas de él. La acción de mirar las noticias por televisión está atravesada por sus prácticas cotidianas, conformando un espacio conocido e identificable que se repite, el espacio seguro al que se vuelve diariamente, lo que podemos llamar “ritornelo” en términos de Deleuze y Guattari (2002). Los informativos de televisión toman componentes culturales y crean un horizonte de posibilidades de formas de ser y hacer en relación con ellos, conforman agenciamientos, singularidades que construyen un territorio existencial. Así son parte del hogar, de las tareas cotidianas, del espacio entre pares, de los espacios de socialización y marcan el ritmo de vida. Para ambas generaciones estudiadas, el informativo funciona como congregante, un espacio de encuentro tanto cotidiano en el hogar y entre distintas generaciones, como también fuera de sus fronteras, ya que es motivo de conversación con los otros.

En el mundo adulto femenino, según los participantes de los dispositivos grupales, el noticiero de televisión funciona como una excusa para el encuentro en el hogar y como

un acompañante de la tarde. En este espacio mayoritariamente los hombres saltan de canal en canal y las mujeres intercalan con sus tareas de cuidado y hogar con el informativo. Es así que en esta generación vemos una marcada la cuestión de género que se traslada al uso del informativo y su vínculo con él y la información. Los hombres se dedican a ponerse enteramente a interactuar con el informativo, haciendo *zapping* y armando su secuencia de narración propia. Las mujeres sienten que ser capturadas por el informativo de televisión es una pérdida de tiempo y lo comparten con otras tareas prioritarias. Pero en ambos casos la forma de mirar el informativo produce un ritmo que es cada vez más acelerado, determinado en algún sentido por la introducción de los elementos de diseño y organización que mencionamos anteriormente (multiplicidad de pantallas, apertura y cierre, lógica del videoclip).

Pudimos llegar a observar y conocer algunas formas narrativas que motivan la práctica del *zapping*, el salto a otro canal televisivo, otra tarea o dispositivo electrónico. Así pudimos captar una intensidad en el monto de afecto que generan ciertas noticias y provoca el corte o escape de ellas. Las noticias de impacto y sensacionalismo en algunos de los integrantes de los grupos provocaron el *zapping* antes que mantenerse en el canal o atendiendo la noticia. También la segmentación de las temáticas y la reiteración provoca monotonía y es otro motivo para cambiar de canal o actividad.

Se comienza a ver un cambio en un mayor uso de las nuevas tecnologías de la información y comunicación en las generaciones más adultas que interpretamos está vinculado a la masificación del uso de teléfonos celulares así como a la implementación del plan Ibirapitá, de distribución de tablet y alfabetización digital a los jubilados de nuestro país (Plan Ibirapitá, 2017).

Aparecen así nuevas modalidades de buscar información donde el *linkeado* comienza a sustituir al *zapping* y lo que es una práctica más colectiva se comienza a individualizar con el uso de estos nuevos dispositivos.

En las generaciones más jóvenes que participaron de los dispositivos grupales la modalidad del *linkeado*, pinchado en los *flashes* informativos y visionado a través de la multiplicidad de oferta informativa en una misma pantalla, ya está instalada. Las

noticias emitidas por los informativos son compartidas en las redes sociales y compiten con las publicaciones de los usuarios de las redes, los videos que cuelgan firmados por los propios pares, así como de otras plataformas informativas.

Según lo manifestado por los jóvenes participantes de nuestra investigación, Internet les ofrece hacer su recorrido autónomo y tomarse el tiempo necesario para dedicarle a una noticia. El *linkeado* de videos de flash informativos colocados en las web de los canales así como compartidos en las redes sociales, es muy usado y gustan de administrar su reproducción. También mencionan lecturas de noticias de periódicos digitales locales e internacionales, así como la búsqueda de una misma temática profundizando en la información, en un personaje, en una idea.

La política partidaria en nuestra ciudad levanta pasiones y eso se vive con el informativo de televisión que presenta la arena de lucha política y los televidentes participantes miran el juego desde las gradas, como las grandes hinchadas futbolísticas. La juventud se presenta más indiferente y descreída de la política partidaria y junto con ella incluyen a los noticieros de televisión.

Tanto los adultos mayores como los jóvenes legitiman las figuras como periodistas, políticos y organizaciones de la sociedad civil. Estas formas de intervención desde el plano racional consideramos que refuerzan el imaginario social de la democracia representativa, que por muy criticada que sea, se exige y demanda su mediación. La recepción televidente comulga y exige un informativo de televisión que vaya acorde al sistema democrático, que dé lugar a la pluralidad de voces y la participación ciudadana; y consideran que es efectiva su intervención cuando de reclamos al gobierno de turno se trata. Sin embargo, generan rechazo las declaraciones y reclamos de personas que muchas veces se encuentran en situaciones vulnerables y que el informativo lo utiliza para crear escenas sensacionalistas, buscando la exposición emotiva. Consideramos que esto logra estereotipar los sectores populares y los más vulnerables socialmente, generando una desvalorización de sus reclamos y participación ciudadana. En la medida que aceptamos que se presente como banalidad y sensacionalismo cuestiones que incumben a sectores de la población que no se sienten representados por los poderes y representantes políticos, estamos negando su derecho ciudadano y fomentamos la

fragmentación y segregación social.

Todos estos aspectos configuran un formato de informativo de televisión que se va transformando al contemplar el uso de otros medios y los cambios en el contexto y la recepción. Sin embargo, la velocidad de las transformaciones es importante y las prácticas informacionales mutan a tal punto que dejan abierta la incógnita sobre “... *¿qué irá a pasar con la televisión en general?*”³⁹.

³⁹Expresión de una joven participante de un dispositivo grupal.

VI. Referencias Bibliográficas

- Acevedo, M. H. (2011). *Notas sobre la noción de «Frame» de Erving Goffman*. Intersticios. Revista sociológica de pensamiento crítico, 5(2). Recuperado a partir de <http://www.intersticios.es/article/view/8477>
- Alonso, E., Beltramelli, F., Irigoín, P., Meyer, J. y Motta J. (2013) *La ciudadanía frente a la convergencia tecnológica y los medios de comunicación*. Montevideo: PRODIC-MIEMDINATEL.
- Álvarez, L. (1988). *Los héroes de las siete y media. Los noticieros en la televisión uruguaya*. Centro Latinoamericano de Economía Humana. Montevideo: Ediciones de la Banda Oriental.
- Álvarez Pedrosian E. (2012). *Reflexiones en medio de la conmoción. La comunicación en (de) la etnografía y la etnografía de la comunicación*. Anuario de Antropología Social y Cultural en Uruguay, volumen (10), pp. 47 a 61.
- ... (2011). *Etnografías De La Subjetividad: Herramientas Para La investigación*. Universidad De La República. Licenciatura En Ciencias De La Comunicación.
- ... (2009) *La cuarta dimensión del triedro: ciencias de la comunicación y virtualización de la subjetividad*. Revista F@ro – Año 5 – Número 9 – I semestre. Recuperado de <http://web.upla.cl/revistafaro/>
- ... (2004). *Los problemas para asumir la incompletud en el campo de las ciencias de la comunicación*. Revista Comunicatira No 8, Sevilla, 2004 (Registro N° ISSN 1577 - 8398). Recuperado de:
<http://eduardoalvarezpedrosian.blogspot.com/2009/02/los-problemas-para-asumir-la.html>

Amen, G. (2016). *La irrupción de lo excepcional en los informativos centrales de la televisión abierta uruguaya: un estudio en torno a la cobertura informativa de la "crisis carcelaria" del 2012* (Tesis de Maestría). Montevideo: Facultad de Ciencias Sociales-UdelaR.

Bajtín, M. M. (1997). *Estética de la creación verbal*. Madrid, Ed. Siglo XXI.

... (2015). *Yo también soy (fragmentos del otro)*. Buenos Aires, Ed. Godot Barthes, R. (1973). *El grado cero de la escritura*, Buenos Aires, Siglo XXI Editores. Becerra, M. y Mastrini, G. (2009). *Los dueños de la palabra. Acceso, estructura y concentración de los medios en la América latina del Siglo XXI*. Buenos Aires: Prometeo.

Bourdieu, P., (1997). *Sobre la televisión*. Barcelona, Anagrama.

Borys B. B, Rodrigo A. G. y Aranguren D. F. (2004). *El cierre discursivo de los noticieros de televisión*. Enunciación n°9, pág:61-67, Recuperado en:

<https://revistas.udistrital.edu.co/ojs/index.php/enunc/article/view/2490/3483>

Canales Cerón, M., & Binimelis Sáez, A., (1994). *El grupo de discusión*. *Revista de Sociología*, n° 9, Sección III, Metodología. Chile. Recuperado en: <https://revistadesociologia.uchile.cl/index.php/RDS/article/view/27647/29314>

Casetti, F. y Di Chio, F. (1991). *Cómo analizar un film*. Buenos, Aires: Paidós.

Carrión Mena F. y Núñez-Vega, J., (2006). *La inseguridad en la ciudad: hacia una comprensión de la producción social del miedo*. *Revista eure*, Vol. XXXII, N° 97, pp. 7-16, Santiago de Chile. Recuperado en:

https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0250-71612006000300001&script=sci_arttext#2

- Debray, R. (2001). *Introducción a la medialogía*. Comunicación 125. Barcelona: Paidós.
- Deleuze, G. (1991): *Posdata sobre las sociedades de control*, en Christian Ferrer (Comp.), *El lenguaje literario*, Tº 2. Montevideo: Ed. Nordan.
- Deleuze, G., y Guattari, F. (2002). *Mil Mesetas: Capitalismo y Esquizofrenia*. Valencia, Pre-Textos.
- Dominzain, S., Repetti, S., Radakovich, R. (2009). *Imaginarios y Consumo Cultural. Segundo Informe Nacional sobre Consumo y Comportamiento Cultural*. Montevideo: Observatorio Universitario de Políticas Culturales radicado en la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación de la Universidad de la República.
- Dominzain, S., Radakovich, R., Duarte, D., Castelli R., S. (2014). *Imaginarios y Consumo Cultural. Tercer Informe Nacional sobre Consumo y Comportamiento Cultural*. Montevideo: Observatorio Universitario de Políticas Culturales radicado en la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación de la Universidad de la República.
- Eco, U. (2001). *Apocalípticos e Integrados*. Barcelona: Lumen.
- Farré, M. (2004). *El Noticiero Como Mundo Posible: Estrategias Ficcionales En La Información Audiovisual*. Buenos Aires: La Crujia.
- Federici, S. y Hendel V. (2010). *Calibán y La Bruja: Mujeres, Cuerpo y acumulación Primitiva*. Madrid: Traficantes De Sueños.
- Fernández, F. y Martínez, J., (1999). *Manual básico de lenguaje y narrativa audiovisual*. Barcelona, Paidós.

- Flusser, V., (1994). *Los gestos. Fenomenología y Comunicación*. Barcelona: ed. Herder.
- Foucault, M. (1985). *Arqueología Del Saber*. Buenos Aires, Siglo XXI.
- Freud, S., (1976). *Obras completas. Volumen 14: Contribución a la historia del movimiento psicoanalítico Trabajos sobre metapsicología y otras obras*. Buenos Aires, Amorrortu.
- ... (1921) *Psicología de las masas y análisis del yo*. Obras Completas Tomo XVIII. Buenos Aires, Amorrortu.
- García Jiménez J. (1993). *Narrativa Audiovisual*. Madrid: Cátedra.
- Geertz, C. (2003), *La interpretación de las culturas*, Barcelona: Gedisa.
- Guattari Félix, (1996), *Caosmosis*. Buenos Aires, Manantial.
- Guigou, N. (2011). *Diversidad cultural, narrativas y representaciones sociales: Hacia un estudio de la TV abierta en Uruguay. Políticas, discursos y narrativas en comunicación*. Montevideo: Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de la República: LICCOM-UdelaR.
- Gordillo, I. (2009). *Manual de narrativa televisiva*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Groys, B. (2008). *Bajo sospecha. Una fenomenología de los medios*. Valencia: Pre-textos.
- Hall, S., et al. (2014), *Sin garantías: Trayectorias y problemáticas en Estudios Culturales*. Colombia: Universidad Del Cauca.
- Henríquez P. (2013). *Cibercultura y jóvenes en América Latina: aproximación a un estado del arte*. Revista Acción Pedagógica n°22, pp. 06-16
- Kaplún, G. (2011). *Políticas, Discursos y Narrativas En comunicación*. Licenciatura En Ciencias De La Comunicación De La Udelar.

- ... (2008). *¿Educar ya fue? Culturas juveniles y educación*. Montevideo: Nordam-Comunidad
- ... (2004) *Culturas juveniles y educación: pedagogía crítica, estudios culturales e investigación participativa. (La cumbia villera y concheta, el rock de la calle y la escuela)*, Publicado en *Los jóvenes: múltiples miradas*, UNC, Neuquen. Recuperado: http://www.mercociudades.net/sites/portal.mercociudades.net/files/archivos/documentos/Unidades_Tematicas/anexo2kaplun.pdf
- Marcus, G. (2001). *Etnografía en/del sistema mundo. El surgimiento de la etnografía multilocal*. en *Alteridades*, Universidad Autónoma Metropolitana, Iztapalapa (México), julio-diciembre, Año 11, No 22, pp. 111-127.
- Martín Barbero, J. (2002). *Jóvenes: comunicación e identidad*. Recuperado de: <https://www.oei.es/historico/pensariberoamerica/ric00a03.htm>
- ... (1991). *De Los Medios a Las Mediaciones: Comunicación, Cultura y Hegemonía*. México: Editorial Gustavo Gili S.A
- ... (1991). *La ciudad: cultura, espacios y modos de vida*. Revista Gaceta de Colcultura, N° 12. Instituto Colombiano de Cultura. Recuperado de: <http://www.naya.org.ar/articulos/jmb.htm>
- Martín Barbero, J. y Rey G. (1999) *Los Ejercicios del Ver: Hegemonía Audiovisual y Ficción Televisiva (Estudios de Televisión)*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- Mato, Daniel (2003) *Prácticas intelectuales Latinoamericanas en cultura y poder. Sobre la entrada en escena de la idea de “Estudios Culturales latinoamericanos” en un campo de práctica más amplio, transdisciplinario, crítico y contextualmente referido*. Revista Iberoamericana, Vol. LXIX, Núm. 203.

- Mattelart, Armand, y Michèle Mattelart, 1997, *Historia De Las Teorías De La Comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Maronna, M. (2007). *La etapa fundacional de la televisión uruguaya*. XI Jornadas Interescuelas/Departamentos de Historia. Departamento de Historia. Facultad de Filosofía y Letras. Universidad de Tucumán, San Miguel de Tucumán.
- Mastrini, G. (2011). *Medios públicos y derecho a la comunicación: una aproximación desde América Latina*. Lecciones del Portal InCom, Instituto de la Comunicación de la Universitat Autònoma de Barcelona.
- McLuhan, M. (1969). *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*. Barcelona: Paidós.
- Ministerio de Desarrollo Social (2017). *Caracterización de las nuevas corrientes migratorias en Uruguay*. Informe final (Mides Ed.). Recuperado en: <http://sociocultural.mides.gub.uy/innovaportal/file/76604/1/caracterizacion-de-las-nuevas-corrientes-migratorias-en-uruguay..pdf>
- Montero Sánchez, M^a Dolores (1987). *La producción de la noticia. Estudio sobre la construcción social de la realidad*. Cuadernos de comunicación y cultura, N°10/11 (p. 312-315), Universidad Autònoma de Barcelona.
- Monte Carlo Televisión (2011). *50 años de emociones*, Montevideo.
- Teledoce (2012). *El canal de la familia: 50 años de historia*, Montevideo.
- Morley, D., y Polo, M. (2008). *Medios, Modernidad y tecnología: Hacia Una teoría Interdisciplinaria De La Cultura*. Barcelona, Gedisa.
- Morley, D., (1996). *Televisión, Audiencias y Estudios Culturales*. Buenos Aires: Amorrortu.

- Ong, W. J., (1996), *Oralidad y Escritura. Tecnologías de la palabra*. México: Fondo de la Cultura Económica.
- Kaplún G. y Oxandabarat, R., (2014). *Cine y Medios Masivos*. Comisión Del Bicentenario.
- Pereira, A. (2009). *Las noticias en 35 milímetros. Aproximación a la producción y realización de la historia filmada*. Cuadernos del Claeh, n°98, 2a. serie, año 32, pp. 69-88.
- Perroni, E., (2009). *Mediciones y Mercado, Raiting promedio informativos centrales de lunes a viernes. Período: 2004 a junio 2009, Mediametría T.V.* Recuperado en: <http://www.mides.gub.uy/innovaportal/file/3364/1/raiting-promedio.pdf>
- Peschiera, L., (2018), *La viralización de la noticia: caso evangelina chamorro (Teoría de la construcción noticiosa)*. (Tesis de Maestría), Lima, Universidad de San Martín de Porres.
- Pichon Rivière, E. (1985). *El proceso grupal: del psicoanálisis a la psicología grupal*. Nueva Visión: Buenos Aires.
- Piscitelli, A. (2009). *Nativos Digitales. Dieta cognitiva, inteligencia colectiva y arquitecturas de participación*, Buenos Aires, AulaXXI, Santillana.
- Plan Ibirapitá. Inclusión digital de jubilados, (2017). *Tercera Encuesta de uso*. Departamento de Evaluación y Monitoreo. Recuperado en: <https://ibirapita.org.uy/wp-content/uploads/2017/11/Encuesta-de-uso.pdf>
- Prats, L. (2009) *Ayer Te Vi: Crónica De La Televisión Uruguaya*. Montevideo: Ediciones De La Banda Oriental.
- Presidencia de la República Oriental del Uruguay (2015), *Plan Ceibal entregará las*

primeras tablets a jubilados en segunda mitad de 2015, Noticias. Recuperado en:

<http://presidencia.gub.uy/Comunicacion/comunicacionNoticias/tablets-jubilados-plan-ceibal>

Radakovich, R. - Autor/a, et al. (2017). *Imaginarios y Consumo Cultural: Segundo Informe Nacional Sobre Consumo y Comportamiento Cultural*. Uruguay 2009. Observatorio Universitario De Políticas Culturales.

Ricoeur, Paul, (2000). *Narratividad, fenomenología y hermenéutica*. Revista Análisis n°25, pp. 189-207. Recuperado en:

http://biblio3.url.edu.gt/Libros/2012/narra_fe.pdf

Rincón, Omar. (2011). *Nuevas narrativas televisivas: relajar, entre - tener, contar, ciudadanizar, experimentar*. Revista Científica de Educomunicación, Comunicar, N° 36, v. XVIII, páginas 43-50. Recuperado de:

www.revistacomunicar.com

... (2006). *Narrativas mediáticas, o cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento*. Barcelona, Gedisa.

Rodríguez, F., & Rossel, C., (2010). *Panorama de la vejez en Uruguay*. Universidad Católica del Uruguay, IPES y UNFA., 194. Disponible en:

http://inmayores.mides.gub.uy/innovaportal/file/21557/1/panorama_de_la_vejez_en_uruguay.pdf

Sádaba, Teresa, (2008). *Framing: El Encuadre De Las Noticias: El Binomio Terrorismo-Medios*. La Crujía.

Sanabria, Carol. (2008), *La mirada voyeur: construcción y fenomenología*. Rev.

Ciencias Sociales, n° 119, pp. 163-172.

Sánchez Vilela, Rosario, (2012). *Enfoques de la recepción en el Uruguay*. Revista Diálogos n° 73, pp. 100-105. Recuperado en: <http://dialogosfelafacs.net/wp-content/uploads/2012/01/73-revista-dialogos-enfoque-de-la-recepcion-uruguay1.pdf>

Saville Troike, M. (2005). *Etnografía de la comunicación*. Buenos Aires: Prometeo Libros.

Scott, J. Wallach. y Boadas C. Vilà I. (2008). *Género e Historia*. Fondo De Cultura Económica.

Selios, L. (2006). *Los últimos diez años de la cultura política uruguaya: entre la participación y el desencanto*. América Latina Hoy, 44 , 63-85.

Silverstone, R. (2004), *¿Por qué estudiar los medios?*, Buenos Aires, Amorrortu Editores.

Silverstone, R. y Alcira B. (1999). *Televisión y Vida Cotidiana*. Amorrortu Editores.

Soriano, J. (2007) *Las nuevas reglas de la etnografía de la comunicación*. Portal de la Comunicación del Instituto de la Comunicación, Barcelona, InCom–UAB.

Sorlin, P. (2010). *Estética del audiovisual*. Buenos Aires, La marca.

Stolovich, L. (2003) *El “mapa” del poder económico en los medios de comunicación en el Uruguay*. Informe.

Thompson, John B., (1998a). *Ideología y cultura moderna. Teoría Crítica social en la era de la comunicación de masas*. Mexico: Universidad Autónoma Metropolitana.

..... (1998b). *Los Medios y la Modernidad: Una Teoría de los Medios*. Barcelona:

Paidós Ibérica, S.A.

Urresti, M., (2008). *Ciberculturas juveniles*. Buenos Aires: La Crujía ediciones.

Velasco, H. Díaz de Rada, A., (1997). *La lógica de la investigación etnográfica*.

Madrid: Ed. Trotta.

Vidart, D., (1998). *La Trama De La Identidad Nacional*. Montevideo: Ed. De La Banda Oriental.

Virilio, P., y Mariano A. R.(1998).*La máquina De visión*. Cátedra.

Voloshinov, V. N., (2009). *El Marxismo y La Filosofía Del Lenguaje: (Los Principales Problemas Del Método Sociológico En La Ciencia Del Lenguaje)*.

Ediciones Godot.

Winkin, Y. (2008). *La nueva comunicación*. España: Kairós.

Wolf, M, (1987). *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas*.

Barcelona: Paidos.

Wolton, D, (2005). *Pensar la comunicación*. Buenos Aires: Prometeo.