

Néstor Daniel González (Compilador)

El informativo en televisión.

Temas y narrativas de un género en transformación



El informativo en televisión.

Temas y narrativas de un género en transformación



Universidad
Nacional
de Quilmes
Posgrado



Universidad Nacional de Quilmes

Rector

Dr. Alejandro Villar

Vicerrector

Mg. Alfredo Alfonso

Secretaria de Posgrado

Mg. Nancy Díaz Larrañaga

Maestría y Especialización en Comunicación Digital Audiovisual

Directora

Mg. Alejandra Pía Nicolosi

Coordinadora

Dra. Lía Gómez

Miembros de la Comisión Académica

Dr. Leonardo Norberto Murolo

Dr. Luis Sujatovich

Prof. María del Carmen Valdez

Dra. Ornela Carboni

Comité Asesor de la Colección PGD-eBooks

Dra. Ana Bizberge

Dr. Alejandro Blanco

Dr. Daniel Busdygan

Dra. Cristina Carballo

Dra. Carolina Cerrudo

Mg. Rubén Cervini

Dr. Mariano Ciafardini

Mg. Walter Chiquiar

Mg. María Eugenia Collebechi

Dr. Guido Galafassi

Dra. Patricia Gutti

Lic. Ana María Heredia

Mg. Cristina Iglesias

Dr. Sergio Ilari

Dr. Pablo Lacabana

Dr. Diego Lawler

Dra. Natalia López Castro

Mg. María Teresa Lugo

Arq. Rodolfo Macera

Prof. Martín Matus

Mg. Alejandra Pía Nicolosi

Dr. Elías Palti

Dr. Alejandro Pardo

Mg. Héctor Paulone

Dr. Pablo A. Pellegrini

Mg. Elisa Pérez

Prof. Maximiliano Pérez

Lic. María Soledad Piatis

Dra. Marcela Gabriela Pilloff

Dr. Fernando Porta

Mg. Alejandra Rodríguez

Dra. Eder Romero

Abog. Ana María Saucedo

Prof. Alfredo Martín Scatizza

Dra. Selva Sena

Mg. Patricia Sepúlveda

Dr. Hernán Thomas

Mg. Cristina Wainmaier

Dr. Gustavo Zarrilli



El informativo en televisión.

Temas y narrativas de un género en transformación

Néstor Daniel González

(Compilador)

El informativo en televisión / Néstor Daniel González... [et al.] ; compilado por Néstor Daniel González. - 1a ed. - Bernal : Universidad Nacional de Quilmes, 2020.
Libro digital, PDF

Archivo Digital: descarga
ISBN 978-987-558-690-1

1. Comunicación. 2. Comunicación Audiovisual. 3. Televisión. I. González, Néstor Daniel, comp.
CDD 302.2345

División de Comunicación:

Esp. Alejandra Cajal

Edición de contenido:

Lic. Carolina Abeledo

Idea original de diseño:

Dg. Diana Cricelli

Maquetación y diseño:

Lic. María Sol Di Lorenzo

Imagen de portada:

Segunda marcha al congreso por la defensa de la ley de medios bajo el lema "La ley de medios no se toca". Natalia García (17/12/2015)



Licencia CC/NC/ND

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

ISBN 978-987-558-690-1

Prólogo

Un periodismo expandido, valiente, bello e intercultural	
Omar Rincón	06

Presentación

Carolina Abeledo	11
------------------------	----

Capítulo I. Hacia un nuevo periodismo audiovisual expandido

Introducción	
La información en televisión. Derrotero de un género en constante transformación	
Néstor Daniel González	13
La (hetero) norma de la televisión	
Romina Coluccio	19
Televisión y memoria social	
María Eugenia Dichano	30

Capítulo II. Medios nacionales

Entre lo importante y lo emocionante: un análisis de los criterios de noticiabilidad de <i>Telenueve al mediodía</i>	
Andrés Bacigalupo	37
El noticiero como en casa. Algunas reflexiones sobre información, entretenimiento y puesta en escena a partir de <i>El noticiero de la gente</i>	
Ignacio Dobrée	46

La construcción televisiva de la <i>realidad social</i> : recursos narrativos y criterios de noticiabilidad en <i>Telefe Noticias</i>	
Matías Petrini	57

Ley IVE, el gran debate nacional en <i>Telefe Noticias</i>	
Sabrina Fleman	68

Capítulo III. Medios internacionales

La construcción de una agenda contrahegemónica: el caso Telesur	
Paula Kuschnir	77

Economía política y agenda pública: breve análisis sobre el <i>Jornal Nacional</i>	
Pedro Ernesto Ribeiro Alves	88

Un mundo para La Tele, análisis de la edición central del noticiero <i>Telemundo</i>	
Rodrigo Echániz	94

Capítulo IV. Medios locales

Somos La Plata, la región como noticia	
Analía Fraser, Mercedes Torres y Ruth Fernández Cobo	104

<i>Noticiero Nueve</i> del Canal 9 de La Rioja: una aproximación a la idiosincrasia cultural de los riojanos	
Ezequiel Fuentes Sauma	111

Noticiero fueguino y todo está bien	
Lucas José Concia	120

Referencias de autores	126
------------------------------	-----

Un periodismo expandido, valiente, bello e intercultural

El periodismo es el relato de eso que llamamos el presente, que convertimos en actualidad y traducimos en historias. A su resultado lo llaman: información. Pero poco sabemos del presente, la actualidad la ponen los políticos y empresarios, el virus se llama información. Hace falta periodismo, silencios, escuchas, historias para conversarnos y tejernos en la vida.

Las torres caen: 11-9-2001, nace una nueva ideología: los terroristas

La televisión informativa tuvo su mayor gloria estética, narrativa y política con la transmisión en directo de la caída de las Torres Gemelas en Nueva York el 11 de septiembre del 2001. En este día, con este atentado, la televisión demostró ser la reina de la comunicación. Un avión se estrella y pone a todas las cámaras, por lo tanto, al mundo, a mirar en vivo y en directo; algo así como 35 minutos después, viene otro avión y se estrella poéticamente contra la otra torre y, ya estábamos todos mirando. Todos fuimos testigos de la caída del *World Trade Center* o una forma del capitalismo. Y todos lo sentimos en televisión. Bin Laden parecía, más bien, un excelente productor de Hollywood. Los periodistas hablaron en exceso. Los primeros planos buscaban la tragedia. Todo se llenó de misterio. Pero llegó el acuerdo de los dueños del mundo y todas las cámaras dejaron de ver rostros para quedarse con el espectáculo de las

torres más famosas del mundo en llamas... y cayeron. Las vimos caer. Murió la posmodernidad y nació la nueva ideología: el terrorismo. Ya no es entre comunistas y capitalistas, sino entre terroristas y nosotros los buenos. Todo en vivo y en directo por tvé. La televisión informativa derrotó a la ficción de Hollywood: fue el mejor espectáculo del mundo.

Era el 2001 y la televisión triunfaba como reina del entretenimiento. Hoy lo leemos y es muy actual. Y he ahí la gran transformación de los informativos televisivos en el siglo XXI:

- ya no dan cuenta de la realidad, están llenos de *expertos en películas, efectos especiales y militares*;
- su metáfora narrativa es la guerra, todo es una guerra contra el sida, el virus, Maduro, el hambre, la pobreza, los migrantes: solo saben informar desde la narrativa de la guerra;
- expanden la industria del entretenimiento al convertir a la realidad en *parques temáticos, videojuegos y películas*;
- la información, eso que llaman la realidad, es *ficción especulativa*.

2016: el año en el que el periodismo se perdió

El periodismo era ese oficio de ir a la realidad, comprenderla y explicarla vía el relato. En el

2016, no fue a la realidad, no comprendió donde sentía y significaba la gente y mucho menos la contó.

El periodismo no supo leer la actualidad que acontecía. Ni en el Brexit en Inglaterra, ni en el plebiscito en Colombia, ni en la muerte de Fidel en Cuba. Y en lugar de hacer la autocrítica, se comenzó a culpar a la realidad que ahora se llama Facebook; se acusó a la emocionalidad de la realidad que ha llevado a que nos convirtamos a la religión de la indignación y la fe en la mentira que ahora llaman posverdad o creer en las emociones que uno tiene por creencias aunque sean falsas; se culpó a los evangelistas de la indignación por manipular emocionalmente; se reiteró la culpa... no se aceptó que se había fallado al contar sobre el mundo.

La catástrofe del 2016 demostró que el periodismo tiene una crisis de sentido, de legitimidad, de credibilidad; crisis de oficio; crisis de enseñanza. El periodismo del siglo XX ha dejado de existir: ese *a la manera norteamericana*, del equilibrismo, los grandes relatos, los expertos y opinólogos, los grandes medios, la no-militancia, periodismo a lo Capote, a lo Watergate. Por lo tanto, hay que reinventar el oficio y para eso habrá que comprender que la lucha política y de los poderosos es por *el relato* de la hegemonía política... y por el mercado de *la opinión pública*. En estas *luchas* los medios han dejado de ser foros de la democracia... y se han convertido en *actores políticos* que defienden el mercado y a sus amos, los empresarios.

El virus: marzo de 2020, nace un nuevo mundo

Otra vez la televisión se convierte en la reina de la información. Así como Hollywood había predicho la toma de New York, había

pronosticado el vaciamiento de la ciudad. Solo que el enemigo en la ficción era un monstruo extraterrestre. Esta vez fue un virus venido de la China, el enemigo de la guerra económica. Y este virus fue la noticia más importante a nivel mundial. Eso significó que la televisión se convirtió en el lugar más importante del mundo. El *rating* fue enorme. Ante la ausencia de fútbol, la gente encontró un periodismo futbolero... donde nosotros los buenos (Trump, Johnson y Fernández) luchaban una guerra contra el virus. Esta noticia se convirtió en un gran campeonato del mundo de infectados y muertos. Uno en el cual *todos se lavaban las manos*. Así, el coronavirus se impuso en miedo mediático ya que nos dice que el mundo real-real es una amenaza, luego mejor quedarnos en casa y ver telenovelas, películas, Netflix, *realities* para ser espectadores de las miserias humanas y políticas. Así, creamos el comportamiento perfecto: estamos en casa viendo la tele porque el afuera real es amenazante, sobre todo porque los humanoides son poco confiables en sus cuerpos. Y el virus *viral* digital fue de los chistes, las parodias, los *fake*.

De aquí nació un nuevo manual de periodismo:

1. *No a la metáfora militar o futbolera*. Recordar que la realidad no es un partido de fútbol, ni una guerra; que cada enfermo no es un gol ni un soldado; que cada decisión de los gobiernos no es un cántico de barra brava o arenga militar.
2. *Renunciar al periodismo de todo por un clic* para hacer el periodismo que provee criterio.
3. *Reportear, no analizar*. Lo único que queda con el real-real es hacer reportería.
4. *Ojo con los títulos*. No se trata de un gol o una batalla.
5. *Contexto*. Antes que el directo, el *en vivo*, primero está el contexto. Sin contexto no

hay sentido. No al directo, al *en vivo*, a la alarma. Sí al pausar, tener datos y verificarlos.

6. *Periodismo tutorial* que desactive los miedos y active al ciudadano. No se trata de producir terror, sino de colaborar en la generación de confianza.

7. *No a los expertos opinólogos*. Ganar y brindar criterio con conciencia social y responsabilidad democrática.

8. *Periodismo de cuidado*... de acompañar, de conversar, de estar con la gente. La ética feminista del cuidado: ese es el horizonte responsable. En periodismo menos es más, pero un menos con conciencia social y responsabilidad democrática.

El periodismo audiovisual en transformación

El 2001, el 2016 y el 2020, paradójicamente, demuestran una cosa fundamental: el periodismo no ha muerto. El oficio de los periodistas, sus ganas de joder a los poderes, su función de narrador social de la democracia, su lucha contra las *fakenews*, la necesidad de criterio para habitar la vida... no han muerto, son más necesarias que nunca, pero hay que hacerlo de otro modo y en otros modos.

Y ahí está este libro: analizar el *en transformación* de eso que llamamos información audiovisual. Y parte de una constatación: ya sabemos que todo noticiero dice verdades a medias (o sea que mienten por servir a su amo); han dejado de investigar para privilegiar el *en directo*, *en vivo*, *en desarrollo*, *el último minuto* y el *carroñismo* con los dolores del pobre; y nos informamos mejor por los memes y apuntes digitales.

Es en ese *en transformación* que este libro se atreve a visitar los viejos conceptos del oficio que siguen siendo fundamentales para informar sobre la actualidad (pero son, a su vez, el eje de mutación): eso que se conoce como calidad informativa; los criterios de noticiabilidad, noción de actualidad y agenda; la fusión narrativa entre información, ficción y entretenimiento; la participación de las audiencias. Estos son los conceptos fundamentales del periodismo, pero tienen que hacerse de otro modo en nuestra contemporaneidad. La calidad informativa no tiene que ver con la tecnología, sino con los criterios de sentido y su potencia narrativa; la noticiabilidad pasa por nuevas agendas como el feminismo, el medioambiente, las nuevas sexualidades; la narración tiene nuevos dispositivos y estéticas; las audiencias son parte de lo noticiable. Y todo esto para hacer énfasis en dos ejes claves que siempre han estado y estarán presentes en el periodismo televisivo: los derechos humanos y la memoria social.

Las virtudes de este libro están en que

-Se basa en hechos reales, estudios de caso que no son chamullo. Nos acercamos a realidades de la información en noticieros televisivos locales (La Plata, La Rioja y Tierra del Fuego), nacionales (El Nueve y Telefe) e internacionales (Brasil, Uruguay y Venezuela). Este es un aporte inmenso a los estudios de los informativos audiovisuales.

-La creencia en el periodismo audiovisual de Néstor Daniel González, un investigador que le cree al género de la información en televisión, la ha estudiado y le busca maneras inéditas y democráticas de hacerla mejor.

-Los estudios están hechos por habitantes del nuevo mundo, ese que se llama comunicación digital audiovisual para el

cual la Universidad Nacional de Quilmes ha creado una especialización. Hoy estudiamos en contextos digitales o no sirve para nada. Por eso los ejes que atraviesan los estudios son la digitalización y la convergencia tecnológica, hiperconexión y redes, pero sin perder la perspectiva de los derechos humanos y la memoria social que es lo que hace que la información sea muy política y socialmente relevante.

El nuevo periodismo audiovisual expandido

La televisión informativa está siendo reinventada por nuestro mundo móvil, ese de los consumos intuitivos e inmediatos en celulares. La opinión pública ha migrado de las noticias a las ficciones de series y telenovelas y al entretenimiento de las redes digitales (Google, YouTube, Facebook, Twitter, Snapchat, Instagram). Twitter se convirtió en la cadena de noticias de nuestro planeta: la noticia toma el formato de notificación. Twitter reemplazó a los periodistas y *paparazzis* porque los políticos y los famosos informan en directo: el periodista solo lee y transmite, el periodista abdicó de su rol de contextualizar y contrastar verdades. Para completar el reinado, las redes digitales tienen aplicaciones para el *streaming* en vivo. Solo basta conectarse y transmitir.

Los modos de narrar del periodismo y sus formatos ya no sirven para dar cuenta de la vida de la gente. Hay nuevos rituales del ciudadano marcados por las redes digitales y la vida de *extimidad* (las intimidades en público), otros goces y otros tonos para la vida. Se necesita y exige la emoción para existir, se requieren historias para conversar en la vida cotidiana, se quieren otros

tonos más allá de la solemnidad y que vengan con humor y esperanza.

Aparece la transmedia o cómo contar en convergencia narrativa de pantallas. Hay que migrar de las historias a los datos, a las relaciones, a la visualización de la información. Hay que generar nuevos vínculos (*engage*) que pongan en valor al ciudadano.

Y por eso hemos llegado a los periodismos otros. El *periodismo Frankenstein* o de los fragmentos. El *periodismo mutante* o cuando el relato toma la forma de la realidad. El *periodismo Dj* que mezcla para sus audiencias. El *periodismo bastardo* en el cual los periodistas somos traficantes culturales pop.

Pero aún más importante que las transformaciones tecnológicas y de consumo *coolture*, son las transformaciones de sentido. Tenemos que abandonar ese periodismo blanco, occidental y masculino para pasar a habitar las agendas, los criterios, los saberes, los sabores, las estéticas y las narrativas expandidas de los feminismos, las africanidades, las diversidades indígenas, las expansiones de cuerpos disidentes. No solo son agenda, son estética, narrativa, criterio y modos de construir un nuevo concepto de información y de narración de la actualidad. El informativo audiovisual debe y tiene que ser expandido y diverso en pantallas, sentidos y enunciaciones; debe ser un escenario de diálogo intercultural, de practicar y degustar al otro y con el otro. He ahí lo absolutamente fascinante: practicar un periodismo que no ha sido inventado.

Y recuerde que todo es provisorio, que estamos en el año de esta *cosa*, cuando ya no sabemos qué va a ser de esto que llamamos realidad. En este sentido, Martín Caparrós (2020, junio), quien es un género del

periodismo, escribió en forma de poema “Viruses, marzo 31”, donde señalaba:

Ahora no sabemos. De verdad no sabemos. Siempre decimos que sabemos que no sabemos pero creemos [sic] que sabemos. Ahora no sabemos. Es vertiginoso no saber.

(...)

El presente por fin nos atrapó. Nos atrapó el presente, y atrapar es un verbo que suena.

(...)

Que todo pasa cuando quiere como

quiere, que todo pasa, que no sabemos nada. Lo hemos dicho veces, tantas veces y recién ahora sabemos que no sabemos nada. Que todo puede no ser lo que había sido, lo que era.

Como reflexiona Pere Ortín (2019), lo que necesitamos del periodismo hoy es valentía, belleza e interculturalidad.

Omar Rincón

Bogotá, 7 de abril de 2020, noche de luna llena.

Universidad de los Andes, Colombia.

Referencias bibliográficas

Caparrós, M. (2020, junio). Viruses, marzo 31. En *Diario de la pandemia*. Revista de la Universidad de México, Cultura UNAM. Disponible en <https://www.revistadelauniversidad.mx/articles/4d2731f3-3b24-46a1-9cff-8866b16bd0f4/viruses-marzo-31>

Ortín, P. (2019, diciembre). El periodismo como un lujo necesario. [Entrevista de Omar Rincón]. *El Tiempo*. Disponible en <https://www.eltiempo.com/cultura/musica-y-libros/entrevista-con-pere-ortin-el-periodismo-como-un-lujo-necesario-442816>

El presente libro compila doce trabajos sobre la información en noticieros televisivos nacionales, internacionales y locales. La mayoría de estas reflexiones surgieron de la experiencia pedagógica perteneciente a la asignatura "Perspectivas y tendencias de periodismo audiovisual contemporáneo", a cargo del Mg. Néstor Daniel González en el marco de la Especialización en Comunicación Digital Audiovisual de la Universidad Nacional de Quilmes. Asimismo, algunos autores fueron especialmente invitados para sumar sus producciones.

En el capítulo I, que se titula "Hacia un nuevo periodismo audiovisual expandido", Daniel González narra con gran precisión, en un texto introductorio, el derrotero del informativo en televisión y lo define como un género en constante transformación. Siguen dos artículos que reflexionan de forma aguda en torno a temas de interés dentro del ámbito del periodismo audiovisual. El primero problematiza sobre las coberturas periodísticas de la violencia contra las mujeres y señala la urgencia de promover abordajes desde los derechos humanos. El segundo toma como disparador el binomio televisión y memoria social.

El resto de los trabajos parten del estudio de casos y se agrupan en los capítulos II "Medios nacionales", III "Medios internacionales" y IV "Medios locales". Los textos fueron

elaborados sobre la base de una metodología común, que consistió en el visionado de los informativos seleccionados para su análisis a partir de un sólido marco teórico.

Estructura productiva, recursos narrativos, criterios de noticiabilidad, noción de actualidad, agenda, construcción del mensaje mediático, utilización de imágenes, hibridación entre información y entretenimiento, audiencias y calidad informativa fueron algunos de los ejes temáticos que se abordaron con una mirada crítica y reflexiva.

Cada uno de los artículos que reúne este libro da pistas para pensar la permanencia de la televisión y la información audiovisual en tiempos de digitalización, convergencia tecnológica, hiperconexión y redes. Sin duda, este material es un aporte a los debates dentro del campo de la comunicación, invita a formular nuevas ideas y preguntas en torno al periodismo televisivo.

Carolina Abeledo

Universidad Nacional de Quilmes, Argentina.

Hacia un nuevo periodismo audiovisual expandido



Introducción

La información en televisión. Derrotero de un género en constante transformación

El tratamiento audiovisual de los hechos de la realidad nació con el mismísimo cine hace más de cien años. Los primeros ensayos y registros del cinematógrafo de Lumière desde 1895 pusieron el foco en acciones de la vida cotidiana. El propio Lumière con su familia compartiendo el té u otros momentos de su vida compusieron las primeras imágenes en movimiento que durante tanto tiempo el hombre había buscado y que tanto le costó conseguir. Pero más allá de estas primeras iniciativas, hubo que esperar al menos dos décadas hasta las experiencias tanto realizativas, reflexivas como políticas, de Dziga Vertov y Kino Pravda (*Cine Verdad*) en la Rusia de la Revolución de Octubre, Jean Vigo y su manifiesto sobre el punto de vista en Francia; Robert Flaherty y su exploración por Nanook y los esquimales de la Bahía de Hudson y, finalmente, John Grierson y sus postulados para que definitivamente se acuñara el término documental como un género constituido del tratamiento audiovisual de la realidad.

Por otro lado, y con la necesidad de recopilar imágenes de los conflictos bélicos suscitados en el mundo durante las primeras décadas del siglo XIX, las experiencias del nacimiento de la prensa filmada hacia 1908 con Pathé Journal y Gaumont Actualités crearon un campo propicio, incluso en la Argentina, para que previo a que se produjera la Segunda Guerra Mundial, se consolidaran los noticieros cinematográficos. Fue en 1938 en nuestro país cuando se fundó el noticiero *Sucesos argentinos*. Y otro

caso significativo fue también el *Noticiero bonaerense* creado por el propio gobernador, el coronel Domingo Mercante, como órgano de difusión de la provincia de Buenos Aires.

En definitiva, el noticiero y el documental fueron las principales modalidades de representación de la realidad reconocidas dentro de los denominados géneros informativos. También es importante decir que este concepto no implica descartar que la ficción pueda ser considerada una modalidad de representación de la realidad y que, como resultado de la hibridación genérica, los informativos adopten recursos ficcionales. En el contrato de lectura el noticiero o el documental siguen siendo considerados los principales géneros informativos.

Los noticieros televisivos

La llegada de la televisión a la Argentina en 1951 y antes, en otros países, significó la posibilidad de contar con un medio más que propicio para la transmisión de noticias o eventos de la realidad. La televisión nació y se desarrolló por varios años con una tecnología que solo permitía transmitir situaciones en vivo, desde estudio o exteriores, sin la posibilidad de grabar para emisión diferida. Esto le imprimió un formato al noticiero hasta que evolucionó en su dimensión tecnológica y narrativa.

El *Primer telenoticioso argentino* (1954) con la

conducción de Carlos D'Agostino se emitió de lunes a viernes en el horario de las 21:15 y por espacio de 15 minutos. El programa estaba compuesto, principalmente, por la lectura de noticias y contaba con la presencia de un títere, el perro Niche, que se ubicaba al lado del conductor y reaccionaba de acuerdo a la dimensión de las noticias: se aburría, se dormía, etcétera. Como para la época no existía aún lo que luego se llamó la revolución videográfica, las noticias no contaban con la cobertura de los hechos noticiables. En consecuencia, para ilustrar las noticias se recurrió a filmes de ficción o documental que sirvieran para referenciar. Asimismo, el noticiero incluyó imágenes de exteriores y tuvo un corresponsal en la Casa Rosada y otro en el Departamento de Policía. Sin lugar a duda, el principal argumento de la información televisiva era el tratamiento en tiempo real y con entregas diarias. El vivo no solo era una virtud informativa, sino también una novedad; y su tratamiento narrativo se mixturaba con el entretenimiento. Hasta entonces para ver información audiovisual había que ir al cine y si bien la calidad narrativa del noticiero cinematográfico era mucho más rica que la de la televisión, la *actualidad* no era su virtud. Este criterio noticiable se constituyó en una marca histórica del noticiero televisivo.

Ya desde 1960 habían llegado las primeras cámaras de grabación con *videotape* a la televisión argentina, de modo que el recurso de registros en exteriores resultaba mucho más dinámico. Sin embargo, en los primeros años *El reporter Esso* (1963, primer noticiero de la nueva televisión privada) tuvo como principal recurso narrativo las imágenes con la voz en *off* de Armando Repetto. Hacia mediados de la década, las cámaras incorporaron el sonido directo, lo que permitió realizar coberturas parlamentarias y de actos. Desde estas ediciones diarias de 15 minutos, en 1964 *Nuevediarario* pasó a emitir tres envíos por jornada más un programa en el cierre de la transmisión llamado *Encuestas de actualidad*.

En nuestros días, el noticiero o telediario es el programa más característico e importante del género informativo televisivo. Suele presentarse en distintas franjas horarias a lo largo del día, en los canales de programación generalista. Hay también cadenas que transmiten información las 24 horas, que

nacieron en la década de los noventa. Las noticias nacionales e internacionales más importantes suelen ser (de acuerdo con la editorialización de cada medio) sobre política, economía, sociedad, deportes, tránsito y espectáculos, además del panorama meteorológico que completa las emisiones diarias. Básicamente, se utiliza la crónica o el informe televisivo como el género narrativo principal. También están presentes otros recursos como la columna de especialistas, enviados especiales, tratamiento en vivo desde el lugar de los hechos, informes especiales o informes de investigación. Asimismo, existen noticieros que se dedican exclusivamente a una sección o temática en particular como, por ejemplo, noticieros deportivos, culturales, internacionales, universitarios, locales, de espectáculos, de comunicación de la ciencia, parlamentarios, etcétera.

La principal referencia narrativa del noticiero es el informe tipo crónica, contenido de recursos periodísticos, narrativos y estilísticos que, si bien pueden variar, sintetizan el conjunto de elementos constitutivos del formato. También nacieron otros formatos de información televisiva como los *magazines*, los programas de entrevistas, de investigación periodística, de debates y opinión, entre otros.

Lo que queda claro es que los noticieros en su desarrollo histórico fueron forjando estrategias de construcción de criterios y jerarquías noticiables, de fuentes informativas y de estructuras narrativas.

La imagen como fuente

“Un medio sin fuentes es un medio muerto” sentenció la catedrática española Mar de Fontcuberta (1993, p. 58). Su categórica definición se fue transformando con el tiempo en el uso televisivo.

Desde 2013 la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual, organismo creado por la Ley 26522/09, realiza un monitoreo de noticias televisivas de canales nacionales que viene mostrando el comportamiento de la producción informativa en televisión. El último informe (Defensoría del Público, 2018) señala que más de la

mitad de las noticias no referenciaba ninguna fuente de información. El material fue revelador dado que —aunque no era su propósito— recuperó una práctica periodística asociada a una noción del periodismo que consistió en tomar al medio como un productor de información.

Por la naturaleza del medio audiovisual, la información televisiva necesita informar con el uso de imágenes y recursos narrativos como la cobertura de los acontecimientos, el material de archivo, el uso de infografías, sonidos, entre otros, que no suelen ser considerados como fuentes periodísticas, aunque lo son. Basta como ejemplo que distintas disciplinas de las ciencias sociales, entre ellas la historia y la sociología, consideran a las fuentes audiovisuales como fuentes. Debates y divergencias mediante, “persisten dos tendencias: una es la que lleva al profesor o investigador a privilegiar el contenido temático del texto y otra, la que lo lleva a creer en la transparencia de las imágenes o, en el mejor de los casos, en la teoría del reflejo, es decir, de las imágenes como reflejo de la realidad” (Kriger, 2015: 10).

Estas perspectivas pueden ponerse en diálogo con lo planteado por Bill Nichols (1991) en su texto *La representación de la realidad. Cuestiones y conceptos sobre el documental*, donde el autor sostiene que:

Las situaciones y los eventos, las acciones y los asuntos pueden representarse de diferentes formas. Surgen estrategias, toman forma convenciones, entran en juego restricciones; estos factores funcionan con el fin de establecer las características comunes entre textos diferentes, de situarlos dentro de la misma formación discursiva en un momento histórico determinado. Las modalidades de representación son formas básicas de organizar textos en relación con ciertos rasgos o convenciones recurrentes. Gradualmente, la naturaleza convencional de este modo de representación se torna cada vez más aparente: la conciencia de las normas y convenciones a las que se adhiere un texto determinado empiezan a empañar la ventana que da a la

realidad (p. 65).

Sin duda, estos conceptos ponen también en diálogo a la dimensión de la imagen como fuente con su dimensión narrativa.

La imagen como narración

Omar Rincón (2006) sostiene que “la televisión todo lo que toca lo convierte en contenido dramático. Es un relato más de acción que de reflexión; propone movimientos en las historias” (p. 181). Las palabras del reconocido periodista y académico colombiano sintetizan gran parte del estado narrativo de la televisión y pueden ser perfectamente aplicadas a la información televisiva. Como todo género, el noticiero elaboró formas argumentales, gramaticales y estilísticas que *educaron* la mirada de los televidentes ávidos por pruebas, imágenes de impacto y acceso a aquellos lugares a los que el ojo no puede acceder. Como plantea Mariano Cebrián Herreros (2004), “los noticieros dejaron de ser un servicio de información para convertirse en programas que buscan captar a las audiencias como cualquier tipo de programa” (p. 25). Inclusive, con la aparición de los canales especializados en información que emiten 24 horas de noticias, los canales generalistas se vieron obligados a desarrollar otras estrategias para distinguirse de los antes mencionados. Se modificó la organización en pirámide invertida, dando paso a nuevas estrategias de organización de la información. Desde las ya conocidas formas de espectacularización, el sensacionalismo, hasta la inclusión de escenas de ficcionalización, la entrega seriada de noticias, la inclusión de pauta publicitaria interna, con secciones fijas auspiciadas y demás, pero fundamentalmente una dependencia de la producción de imágenes que respalden, documenten e impacten en el tratamiento informativo. La espectacularización de la información se relaciona con la pérdida de la profundidad y la descontextualización.

Un ejemplo de ello fue el uso de la cámara oculta, que irrumpió con protagonismo durante la década de los noventa. Aunque fue cuestionada por muchos, se convirtió en esos años en el principal

aliado del periodismo de investigación, dada la necesidad explícita que tuvo la televisión de registrar las pruebas testimoniales y documentales con imágenes de producción propia. Sin embargo, su uso generó una grieta entre quienes consideraban que se trataba de una invasión a la privacidad de las personas y quienes creían que una prueba contundente fortalecía la posición del periodista frente a su nota.

Asimismo, Cebrián Herreros (2004) se refirió al concepto de personalización, que es aquel en quien concretar los hechos noticiables. No importan tanto las ideas como la forma de expresarlas, la gestualidad, las miradas, la entonación. El abuso de este criterio terminó por construir sobre la modalidad asumida por el testigo como la noticia misma.

Pero, al fin y al cabo, más allá de los tiempos, los cambios y la mercantilización de la información, el noticiero mantiene la misma expectativa en la sociedad construida por el contrato de lectura. Como sostiene Farré (2004), “el público sigue reconociendo en el noticiero una función institucional informativa, por la cual espera que este cumpla su deber: a) decir la verdad, b) decirla en función de criterios de relevancia y proporción, c) separando la información del comentario” (p. 26).

La información audiovisual en tiempos de internet

Como suele suceder cuando un nuevo medio irrumpe, se produce un imaginario social que anuncia la muerte del medio que lo antecede. Al menos esto sucedió cuando nació la televisión y se creyó que el cine marcharía hacia su agonía así como aconteció desde la aparición de internet que ha anticipado reiteradamente el fin de la televisión. Sin embargo, la historia demostró que los medios tradicionales desarrollaron procesos de transformación y supieron reinventarse para convivir con los nuevos medios.

El aporte de Mario Carlón (2009) al debate sobre el fin de los medios masivos deja explícita una dimensión interesante: “Si las predicciones son

correctas podríamos decir que el grabado, cuya esencia no es televisiva, va a perecer, se va a sumergir en el fin de la televisión” (p. 195).

En cambio, algo distinto, podemos también predecir, sucederá con el directo, que surgió como lenguaje audiovisual en lo televisivo y que, al menos en dos sentidos, va a resistir. Por un lado, seguirá generando discursos masivos a través de transmisiones de acontecimientos y eventos, ya sea de la historia política, del deporte, del espectáculo o de aquello que en un futuro la sociedad considere de valor. Por otro, se mantendrá intacto como lenguaje, obligando al sujeto espectador, no importa en qué pantalla lo vea (en un teléfono, en un LCD, etc.), a movilizar los mismos saberes técnicos, discursivos y sobre el mundo.

Las transformaciones impulsadas por las nuevas tecnologías de la información y la comunicación han influido considerablemente en la sociedad contemporánea en diversos aspectos. Por un lado, aquello que se vinculaba con las prácticas sociales y los modos de consumo cultural en relación con estas ha atraído la mirada del campo académico de la comunicación social, la historia, la memoria y otras disciplinas de las ciencias sociales. Las mutaciones se dirigen hacia el ejercicio social del visionado televisivo, el traslado de las nuevas audiencias a formatos audiovisuales fuera de la televisión, principalmente hacia sitios de internet o telefonía móvil, pero también hacia sistemas de *streaming* o distintos servicios a demanda.

Más allá de que no cesan las anticipadas definiciones sobre el fin de la televisión, la Argentina sigue contando con una penetración de la televisión paga por encima del 80 %. Según revela el informe sobre *Coyuntura cultural. Datos sectoriales 2016* elaborado por el Sistema de Información Cultural de la Argentina (SInCA, 2017) perteneciente al Ministerio de Cultura de la Nación:

Los accesos a TV por cable aumentaron un 2,7 % entre 2014 y 2016, alcanzando para este último año los 6,6 millones de accesos. Además, los ingresos generados por el servicio de TV por suscripción experimentaron un fuer-

te aumento entre 2014 y 2016 (86,7 %), a un ritmo anual promedio del 37 %, superando el porcentaje de inflación registrada durante esos años (p. 22).

A su vez, el informe indica que “los servicios de TV paga satelital muestran una evolución similar a la de la TV por cable” (p. 23). Aunque también es oportuno decir que la transición desde el consumo audiovisual en nuevas plataformas es creciente en las nuevas generaciones o grupos etarios más jóvenes.

El resultado de estos procesos es una tendencia de incorporación de los nuevos lenguajes audiovisuales surgidos en las nuevas plataformas hacia la televisión informativa. La irrupción de internet y su socialización dieron vida a los periódicos electrónicos y a portales de los medios informativos audiovisuales y su nueva propuesta de contenidos atentos a sus posibilidades relativas a:

—Interactividad. Los recursos interactivos permitieron un diálogo con fuentes y televidentes, abrieron nuevas posibilidades de lectura y lectoescritura, migrando en forma progresiva de un modelo unidireccional a otro de doble vía o bidireccional. Aun sin estar del todo profundizadas las formas de la interactividad, aparecieron recursos como entrevistas por chat, foros, encuestas, direcciones de correo electrónico de periodistas, weblogs, formularios, grupos de discusión, comentarios de lectores, buscadores, personalización de noticias, entre otros. Las pantallas se incorporaron a los estudios como un recurso escenográfico, pero también permitieron incluir estrategias narrativas y periodísticas. Entrevistas por Skype, enviados que transmiten por WhatsApp, inclusión de fotos y videos de producción

social, contacto directo con fuentes, etc. La incorporación de las redes sociales también cumplió un múltiple rol: fuente, recurso narrativo e interacción.

El proceso de digitalización del espectro radioeléctrico de la televisión también abrió un debate sobre la importancia de la interacción mediante el uso del control remoto u otros medios, pero el entusiasmo del primer momento se vio eclipsado por la revolución de las redes.

—Multimedia/transmedia. La integración de texto, audio, imágenes, video y animaciones convirtió a los periódicos electrónicos en metamedios de comunicación. A través del soporte digital, permitió la explosión de nuevos medios con soporte audiovisual y nuevos competidores para la televisión. Esto empujó a los noticieros a brindar también servicios informativos en redes sociales, nuevos canales de YouTube, Twitter, Facebook e Instagram. Los informes televisivos se incorporaron a otros servicios del medio con formatos reeditados de acuerdo a la audiencia y el lenguaje multimedia. El transmedia dio vida a nuevos formatos de producción informativa, que potenciaron los trabajos de investigación y la utilización de multiplicidad de recursos que no solo sirvieron como material narrativo, sino también testimonial o documental.

En definitiva, la televisión como todo medio y la información como servicio sufren procesos de transformación al igual que la sociedad en su conjunto. Esto es lo que permite un debate permanente desde el campo de la comunicación académica, desde la industria y desde las prácticas de la sociedad. Este es el desafío.

Referencias bibliográficas

Carlón, M. y Scolari, C. (2009). *El fin de los medios masivos*. Argentina: Editorial La Crujía.

Cebrián Herreros, M. (2004). *La información en televisión. Obsesión mercantil y política*. España: Editorial Gedisa.

De Fontcuberta, M. (1993). *La noticia. Pistas para percibir el mundo*. España: Paidós Papeles de Comunicación.

- Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual (2018). Monitoreos de Noticieros Televisivos de Canales de Aire de la Ciudad de Buenos Aires. Dirección de Análisis, Investigación y Monitoreo. Argentina. Disponible en <https://defensadelpublico.gob.ar/wp-content/uploads/2019/05/Informe-Global-Cuanti-Cuali-2018-Final.pdf>
- Farré, M. (2004). *El noticiero como mundo posible. Estrategias ficcionales de la información audiovisual*. Argentina: La Crujía Ediciones.
- Kruger, C. (2015). Prólogo. En Rodríguez, A. *Historia, pueblos originarios y frontera en el cine nacional*. Argentina: Unidad de Publicaciones para la Comunicación Social de la Ciencia Departamento de Ciencias Sociales, Universidad Nacional de Quilmes.
- Ley 26522 (2009). Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. Recuperada de <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/155000-159999/158649/norma.htm>
- Luchessi, L. (2010). *Nuevos escenarios detrás de las noticias* Argentina: La Crujía Ediciones.
- Martini, S. (2000). Los sistemas clasificatorios de las noticias. En *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. Argentina: Editorial Norma.
- Nichols, B. (1997). *La representación de la realidad. Cuestiones y conceptos sobre el documental*. España: Paidós.
- Rincón, O. (2006). *Narrativas mediáticas. O cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento*. España: Editorial Gedisa.
- SInCA (Sistema de Información Cultural de la Argentina). (2017). *Coyuntura cultural. Datos sectoriales 2016* [informe]. Año 9. Número 16. Ministerio de Cultura de la Nación. Disponible en <https://www.sinca.gob.ar/VerDocumento.aspx?IdCategoria=2>

El 2018 televisivo tuvo un comienzo inesperado. El programa *Intrusos* (América TV) dedicó una semana a la agenda de géneros y sexualidades. La politóloga Florencia Freijó, la guionista y actriz Malena Pichot, las periodistas Julia Mengolini y Luciana Peker, y la humorista y conductora Señorita Bimbo se apropiaron de uno de los programas de espectáculos más visto, llevando preguntas y problemas de las mujeres cis y trans a la audiencia masiva de la tarde.¹ Las repercusiones trascendieron la pantalla chica porque se trataba de uno de los ciclos históricamente criticado por discursos cosificantes o sexualizados de las mujeres. También fue tema de conversación pública la ficción *100 días para enamorarse* (Telefe) producida por Underground porque incorporó en el horario central de la noche problemáticas como la violencia de género, la legalización del aborto, la educación sexual integral, el poliamor y principalmente la identidad de género, que ocupó un papel protagónico a partir de la historia de Juani, un personaje trans. Incluso el campo publicitario impulsó propuestas como *#MeHaceFeliz* de Alto Palermo o *Juana* de Zona Jobs que cuestionaron roles tradicionales de género y tematizaron la orientación sexual o la identidad de género positivamente. El *spot* de promoción de los premios Lápiz de Platino a la creatividad publicitaria planteó el anacronismo de las representaciones habituales de género formuladas en comerciales premiados y así interpeló a la propia industria a la revisión de sus prácticas. Discursos que emergen producto de un clima epocal, que ameritan reconocimiento porque proponen a

audiencias masivas alternativas sobre las representaciones instituidas y recuperan reclamos sociales históricos del movimiento de mujeres y LGBTTTIQ+.

Sin embargo, y pese a que las agendas de género y sexualidades cobraron centralidad en la discusión pública argentina desde 2015 con las masivas movilizaciones en todo el país para exigir *#NiUnaMenos*, la revisión de los patrones socioculturales que reproducen las desigualdades por género, orientación sexual o identidad de género avanza a cuentagotas en el campo mediático. Existen todavía condiciones para que un cantante diga por televisión “si la violación es inevitable, relajate y goza” y se aborde en diversos medios audiovisuales como una frase *polémica*, atenuando la gravedad de la declaración.² O que el conductor de un noticiero que entrevista a una mujer víctima de acoso callejero le pregunte si estaba vestida de manera provocativa y lo justifique al decir que “yo sé que las mujeres se enojan cuando les preguntan qué se pusieron, pero también sirve para que otras mujeres se pregunten si es posible estar vestida sexi a la 1 de la mañana en un subte”.³ O tras la denuncia de Thelma Fardín formulada junto a la Colectiva Actrices Argentinas contra Juan Darthes (11 de diciembre de 2018),⁴ se discuta en los medios por qué la hace ahora y no antes. Este tipo de abordajes son la norma y dan cuenta de la persistencia y vigencia de la matriz cultural heteronormativa, mercantilista, patriarcal y androcéntrica en los medios (Área Queer, 2007).

Desigualdad de géneros. De la justificación biológica a la construcción social

La *heterosexualidad obligatoria* aún se erige como regla básica para el funcionamiento de la sociedad patriarcal y única forma válida de vinculación socioafectiva (Rich, 1996). Se fundamenta en la dicotomía biologicista varón-mujer (sistema binario) que atribuye papeles o roles mutuamente excluyentes, en los que las mujeres e identidades disidentes ocupan una posición subordinada.

Parámetros instituidos social e históricamente, definiciones normativas de *lo masculino* y *lo femenino* que regulan experiencias, prácticas y corporalidades y “legitiman una relación de dominación inscribiéndola en una naturaleza biológica que es en sí misma una construcción social naturalizada” (Bourdieu, 2000: 37). Se instituye como sistema natural y atemporal que reconoce y valida ciertos comportamientos y degrada, sanciona e invisibiliza a quienes no los cumplen. En este marco, solo se es varón cuando se ostenta una serie de atributos (cis, heterosexual, blanco, proveedor, autosuficiente, racional, etc.) y solo se es mujer si se cumple con una serie de condiciones (cis, heterosexual, blanca, madre, joven, sensible, etc.). Las categorías de *varón* y *mujer* suprimen su condición de creaciones que incluyen/excluyen, se perciben como neutrales y representativas de la totalidad social.

Una de las consecuencias para quienes se rebelan contra esos mandatos, valores y pautas de comportamiento hegemónicas es la afectación en las posibilidades de acceso y ejercicio pleno de los derechos. La categoría género pone el acento en la existencia de relaciones asimétricas de poder presentes en cada sociedad en un contexto y momento determinado. Permite develar cómo en todos los ámbitos y esferas de la vida social, política, económica y cultural se instituyen, de manera explícita o implícita, normas y pautas que (re)producen desigualdades. Supone analizar críticamente las construcciones sociales e históricas aprendidas y transmitidas de generación en generación, lo que nos sitúa en el terreno de la cultura, en los procesos de

producción y disputa por el sentido. Según Joan Scott (1996), no se pueden pensar las desigualdades sin

... prestar atención a los sistemas simbólicos, esto es, a las formas en que las sociedades representan el género, hacen uso de este para enunciar las normas de las relaciones sociales o para construir el significado de la experiencia. Sin significado, no hay experiencia; sin procesos de significación no hay significado (p. 282).

En el proceso hacia la deconstrucción de la matriz heteronormativa, patriarcal y androcéntrica es indispensable reflexionar sobre las prácticas y los discursos de las agencias que forman parte de los procesos de socialización y construcción de subjetividades, entre ellas, los medios de comunicación. Proceso complejo porque, como señala Pierre Bourdieu (2000), la *violencia simbólica* es aquella “violencia amortiguada, insensible, e invisible para sus propias víctimas, que se ejerce esencialmente a través de los caminos puramente simbólicos de la comunicación y del conocimiento o, más exactamente, del desconocimiento, del reconocimiento” (p. 12). Análisis que necesariamente debe articularse en el entramado de dimensiones como clase social, nacionalidad, etnia, es decir, desde un *enfoque interseccional*, que permita evidenciar las múltiples opresiones (Lugones, 2008). Aspecto que también indica la antropóloga Rita Segato (2003) cuando describe la *violencia moral* como

... el conjunto de mecanismos legitimados por la costumbre para garantizar el mantenimiento de los estatus relativos entre los términos de género. Estos mecanismos de preservación de sistemas de estatus operan también en el control de la permanencia de jerarquías en otros órdenes, como el racial, el étnico, el de clase, el regional y el nacional (p. 107).

Una cuestión de derechos humanos

Desde el punto de vista normativo, la Convención sobre la Eliminación de toda forma de Discrimina-

ción contra la Mujer (CEDAW), aprobada por Naciones Unidas en 1979 y con jerarquía constitucional en nuestro país desde 1994, plantea como uno de sus ejes la necesidad de

... ampliar la interpretación del concepto de los derechos humanos mediante el reconocimiento formal del papel desempeñado por la cultura y la tradición en la limitación del ejercicio por la mujer de sus derechos fundamentales. La cultura y la tradición se manifiestan en estereotipos, hábitos y normas que originan las múltiples limitaciones jurídicas, políticas y económicas al adelanto de la mujer (CEPAL, s.f.: 4).

La Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra la Mujer, conocida como Convención De Belem Do Pará y adoptada en 1994 por la Organización de Estados Americanos, señala que la violencia contra las mujeres vulnera sus derechos humanos y establece que el derecho de toda mujer a una vida libre de violencia incluye, entre otros, ser libre de toda forma de discriminación; ser valorada y educada libre de patrones estereotipados de comportamiento y prácticas sociales y culturales basadas en conceptos de inferioridad o subordinación (art. 6). Sobre los medios de comunicación alienta a la elaboración de directrices adecuadas de difusión que contribuyan a erradicar la violencia contra la mujer en todas sus formas y a realzar el respeto a su dignidad (art. 8).

Un año después, en el marco de la Cuarta Conferencia Mundial de la Mujer convocada por Naciones Unidas, se elaboró la Declaración y Plataforma de Acción de Beijing. Uno de sus doce objetivos estratégicos fue problematizar la representación de las mujeres en los medios, incrementar su participación en la toma de decisiones y la expresión de sus opiniones (pto. J). Se trata de un plan de acción (no es un documento jurídico) que posiciona la discusión sobre el cruce medios de comunicación y género en la agenda internacional y expresa la voluntad de priorizar el rol de los medios en la construcción de relaciones de género basadas en la igualdad de derechos y oportunidades.

La Ley 26485 de protección integral para prevenir, erradicar y sancionar la violencia contra las mujeres en los ámbitos en que desarrollen sus relaciones interpersonales, aprobada en Argentina en 2009, además de recuperar los derechos protegidos en los instrumentos internacionales (art. 3), define los tipos y modalidades de la violencia (art. 5 y art. 6). Describe la violencia simbólica como “aquella que a través de patrones estereotipados, mensajes, valores, íconos o signos transmita y reproduzca dominación, desigualdad y discriminación en las relaciones sociales, naturalizando la subordinación de la mujer en la sociedad” (art. 5, inc. 5). Determina que un ámbito especial de interés son los medios y define la violencia mediática como la

... publicación o difusión de mensajes e imágenes estereotipados a través de cualquier medio masivo de comunicación, que de manera directa o indirecta promueva la explotación de mujeres o sus imágenes, injurie, difame, discrimine, deshonre, humille o atente contra la dignidad de las mujeres, como así también la utilización de mujeres, adolescentes y niñas en mensajes e imágenes pornográficas, legitimando la desigualdad de trato o construya patrones socioculturales reproductores de la desigualdad o generadores de violencia contra las mujeres (art. 6, inc. f).

La Ley 26743 de Identidad de Género, sancionada en 2012, establece que la identidad de género es “la vivencia interna e individual del género tal como cada persona la siente, la cual puede corresponder o no con el sexo asignado al momento del nacimiento” (art. 2). Es una ley de vanguardia a nivel internacional porque rompe con el paradigma de la patologización y judicialización de las identidades no heteronormativas. Entre otros derechos, establece la obligación de trato digno por parte de las instituciones públicas y privadas (art. 12), lo que implica respetar la identidad autopercebida (se haya efectuado o no el cambio en el DNI) también en el campo mediático.

La Ley 26522/09 de Servicios de Comunicación Audiovisual (que modificó mediante decretos el Gobierno de Mauricio Macri y afectó aspectos cen-

trales vinculados a la regulación de la concentración y la propiedad) establece que la actividad que realizan los medios audiovisuales es de interés público, lo que implica una serie de obligaciones. Entre ellas, las de fomentar la igualdad entre mujeres y varones y, el tratamiento plural y no estereotipado por género u orientación sexual (art. 3), evitar todo tipo de tratos discriminatorios (art. 70) y promover el cumplimiento de la Ley 26485/09, entre otros marcos normativos de protección de derechos (art. 71). Se trata de una ley construida desde la participación ciudadana, que incorporó cientos de aportes realizados en foros de debate federales y audiencias públicas. De hecho, los tres artículos mencionados nacieron de esos aportes y dan cuenta de la incidencia de los actores sociales para construir una comunicación democrática en clave de géneros.

Comunicar desde una perspectiva de derechos supone —entre otras dimensiones— desnaturalizar los discursos estigmatizantes, criminalizantes y discriminatorios sobre grupos sociales históricamente invisibilizados y promover representaciones diversas y plurales sobre los modos de ser y estar en sociedad. Esto implica interrogarse qué temas forman parte de las agendas mediáticas, cómo son los abordajes que se realizan y en qué medida reconocen (o no) los marcos normativos vigentes.

Coberturas periodísticas de la violencia contra las mujeres

Al comunicar, en radio y en televisión, noticias sobre violencia contra las mujeres se suele anunciar la línea 144.⁵ Además, la expresión *crimen pasional* ha dejado de ser utilizada en los repertorios de las coberturas informativas. En el primer caso, la letra de la Ley 27039/14 obliga a los medios audiovisuales a incorporar el dato de línea de atención y en caso de incumplimiento aplica la multa correspondiente. En el segundo caso, se debe a un proceso de otra índole, vinculado a la lucha por la transformación de las prácticas. Se trata de una conquista del movimiento feminista impulsada por comunicadoras que llevaron el debate a las redacciones, produjeron y distribuyeron decálogos, dictaron capacitaciones,

instalaron el tema y lograron construir consensos hacia el interior del campo. Experiencias como la Red Informativa de Mujeres de Argentina (RIMA), Artemisa Comunicación y Periodistas de Argentina en Red por una Comunicación No Sexista (Red PAR) fueron pioneras en nuestro país en plantear la necesidad de revisar las prácticas de los medios en tanto actores sociales significativos para promover la igualdad de géneros.

Los medios comunitarios, populares y alternativos fueron los primeros en incluir progresivamente las agendas de géneros y sexualidades en sus contenidos, en concordancia con sus proyectos políticos y culturales. En los medios comerciales aún se demuestran múltiples resistencias para incorporar transversalmente las problemáticas de género desde un enfoque de derechos. La excepción histórica es *Página/12*, con los reconocidos suplementos “Las 12” y “Soy” que marcaron el rumbo. Recientemente, en la prensa gráfica, es para destacar la incorporación de la filósofa Diana Maffia como defensora de Género en *Perfil* (desde septiembre de 2018) y de la periodista Mariana Iglesias como editora de Género en el diario *Clarín* (en febrero de 2019). Sería deseable que estas experiencias interpelen a los medios audiovisuales para implementar mecanismos similares que permitan profundizar las discusiones en las redacciones.

En la televisión, el noticiero es uno de los pocos espacios de la programación que los canales de aire no ceden y conservan la producción a su cargo, lo que indica la importancia que tienen con relación a la identidad del medio y a la línea editorial. En tanto discurso, el noticiero es actualidad representada, mimesis de la realidad que relata/narra los acontecimientos (Farré, 1999). La ficcionalización de la información y la *noticia espectáculo* todavía estructuran las rutinas periodísticas (Rincón, 2003). En lo que respecta a los abordajes de la violencia de género esta lógica se traduce en modos de representación específicos:

Policializadas. Cuando se tematiza la violencia de género en las coberturas periodísticas televisivas predominan los abordajes desde la lógica policial. Así lo indica el monitoreo *¿Qué es noticia en los*

noticieros? elaborado por la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual (2018). El estudio, que se realiza desde 2013, monitorea los programas informativos de cinco canales de aire de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (Telefe, América TV, El Nueve, El Trece y la TV Pública) durante la primera semana de los meses pares del año. De los datos 2017, se observa que de las 19 160 noticias emitidas durante 591 horas, solo el 3,4 % se vincularon con el tópico género. De esas 645 noticias que tematizaron géneros, 532 estuvieron relacionadas con los tópicos policiales e inseguridad, lo que implica que el 82 % de las noticias sobre géneros se abordaron desde una lógica policializante.

Los datos fundamentan la relevancia de interrogarse sobre la dimensión cualitativa de las coberturas. Lejos de un enfoque de derechos humanos, las noticias informan el caso a caso focalizando en las prácticas, en el modo de vida, en las costumbres y en los hábitos de las víctimas. Invaden su intimidad y afectan su dignidad. Las presentan como merecedoras de la violencia o justifican la violencia. Se habla principalmente de ellas (provocadora, infiel, *habitué* de la noche), desconociendo la discusión sobre las prácticas sociales que habilitan y posibilitan el ejercicio de la violencia. La culpabilización de las víctimas es una forma de revictimización que supone la existencia de alguna situación o hecho que valide lo sucedido.

Buenas y malas víctimas. Para los noticieros la representación de las víctimas difiere según su pertenencia de clase. Un ejemplo paradigmático fueron las coberturas del femicidio de Melina Romero y el asesinato de Lola Chomnalez en 2014, donde se evidenció la trama que naturaliza juicios de valor sobre las prácticas con discursos que se encuentran fuertemente atravesados por la dimensión de clase social. “Mientras una merecía estar muerta por la vida licenciosa que llevaba, el asesinato de la otra era una pérdida irremediable para la sociedad” (Chaher, 2015: 3). Melina era *fanática de los boliches, abandonó el secundario, nunca trabajó, se levantaba al mediodía, tenía cinco cuentas de Facebook* fueron algunas de las expresiones que construyeron los medios para caracterizar el perfil de víctima de sector popular que se *lo buscó* y que se re-

forzó con imágenes sexualizantes. Como contrapunto, Lola era *fresca, simpática, con esas ganas de vivir que contagian a los más grandes*, representada en los testimonios y las imágenes como la víctima pura e inmaculada de clase media. El femicidio de Claudia Schaefer en 2015 se planteó en algunos medios como *femicidio vip*. La adjetivación vip fue una forma de banalizar la extrema violencia contra las mujeres que pretendía marcar la excepcionalidad del caso, por tratarse de personas de alto poder adquisitivo que vivían en un barrio cerrado. También la dimensión de clase implicó un abordaje diferencial en las coberturas periodísticas.

¿Estaban solas? La cobertura mediática de los femicidios de María José Coni y Marina Menegazzo en la localidad ecuatoriana de Montañita en febrero 2016 puso el acento en una premisa: *estaban solas o viajaban solas*. Ante la afirmación, corresponde preguntarse quién falta, quién es el sujeto tácito y cuál es su función. La apelación a la *masculinidad hegemónica* parece incuestionable: un varón que las proteja (Connel, 1995). En este tipo de coberturas no solo se reafirman los roles clásicos del sistema binario (mujer débil, varón fuerte), sino que se restringe el derecho a la autonomía y se naturaliza la tutela patriarcal. De más está decir que no viajaban solas sino que estaban juntas. A este caso se le adiciona el abordaje estigmatizante respecto a una ciudad turística latinoamericana y las prácticas juveniles: la elige la juventud por ser un lugar de fiestas y droga (caracterizaciones que no suelen estar presentes en los discursos sobre el turismo en latitudes europeas o norteamericanas, por ejemplo).

Víctimas invisibilizadas. Los travesticidios y transfemicidios entendidos como “la expresión más visible y final de una cadena de violencias estructurales que responden a un sistema cultural, social, político y económico vertebrado por la división binaria excluyente entre los géneros” no forman parte de las agendas periodísticas (Radi y Sardá-Chandiramani, 2016: 5). Las violencias contra travestis y mujeres trans carecen de visibilidad, problematización y condena social. En junio de 2018 se produjo un hecho histórico: la Justicia condenó a cadena perpetua al asesino de la activista Diana Sacayán en un fallo que incluyó la figura de travesti-

cidio. El Tribunal Oral en lo Criminal y Correccional nro. 4 estableció que el homicidio había estado motivado por “odio a la identidad de género y por haber mediado violencia de género”, por su condición de mujer trans y de militante por los derechos humanos de las personas trans y travestis (inc. 4 y 11 del art. 80 del Código Penal). La sentencia tuvo importante repercusión mediática. Se visibilizaron las voces de referentes de organizaciones y familiares que conformaron la Comisión de Justicia por Diana. Su hermano Say Sacayán, integrante del Movimiento Antidiscriminatorio de Liberación (MAL), señaló que “es el mejor homenaje que podemos hacerle a Diana y a todas aquellas que fueron víctimas de travesticidios y sobre las que la Justicia nunca se había pronunciado” (Agencia Presentes, 18 de junio de 2018). La abogada de la querrela, Luciana Sánchez, indicó que “la propia Diana venía investigando estos crímenes, los travesticidios, como un problema social muy grave porque una de cada tres travestis es asesinada antes de cumplir los 40 años y esto no le pasa a ningún colectivo” (Televisión Pública Noticias, 18 de junio de 2018). Las coberturas se caracterizaron por incorporar las vulneraciones de derechos que afectan al colectivo trans y travesti, históricamente criminalizado también en los discursos periodísticos. Sin embargo, lo que podría haberse convertido en una ruptura en la trayectoria de las agendas mediáticas, se tradujo en un episodio excepcional, aislado, dado que no se sostuvo en el tiempo el tratamiento informativo de la problemática.

Las vulneraciones de derechos —que comienzan con la expulsión del hogar y del sistema educativo y continúan con la falta de acceso a la salud, al trabajo registrado y la violencia institucional— todavía están ausentes en las tematizaciones de los noticieros. Según el monitoreo 2017 de la Defensoría del Público, de las 19 160 noticias analizadas, solo 42 noticias abordaron la disidencia sexual y los derechos de las personas LGTBI.

La espectacularización de las violencias. Las coberturas recrean escenas *del crimen*, transmiten vía móvil desde el lugar de los hechos, enfatizan en los pormenores sobre cómo se ejerció la violencia y cuando más detalles hay, más extensa es la dura-

ción de la noticia. El abordaje del caso aislado y su espectacularización sigue siendo una constante de la práctica televisiva. Cuál es la finalidad de la incorporación de imágenes o videos —que se reiteran una y otra vez a lo largo de la jornada— sino la de generar impacto construido desde la morbosidad, la exposición de rostros y cuerpos despersonalizados, en tanto recursos que ficcionalizan la trama de las violencias. La cortina musical que acompaña los relatos editados o en vivo también constituye un elemento del lenguaje audiovisual que se utiliza para connotar miedo o peligro. Más que sensibilizar a las audiencias sobre la problemática social y cómo transformarla, la lógica espectacularizante actúa como acostumbamiento y naturalización: *un caso más que exhiben las pantallas*.

Un claro ejemplo de la peligrosidad de exponer el modo y los mecanismos en que se ejerce la violencia machista fue la cobertura del femicidio de Wanda Taddei en febrero de 2010. Por tratarse de la pareja del músico Eduardo Vázquez (ex-Callejeros), se le dio mucha más relevancia mediática que a otros casos. Con la exhibición masiva, no solo se incrementaron significativamente las denuncias de amenazas (*te va a pasar lo de Wanda*) en la Oficina de Violencia Doméstica de la Corte Suprema de Justicia de la Nación, sino que aumentaron exponencialmente los casos de mujeres quemadas por sus parejas o exparejas. El mecanismo disciplinador se instaló. A casi una década, es alarmante que aún los medios prioricen la información desde este enfoque y llama la atención que mientras se incorporaron a las prácticas periodísticas las recomendaciones sobre coberturas responsables de suicidios (que alertan sobre el efecto imitación), no se pueda suscitar la misma reflexión en las situaciones de violencia contra las mujeres cis y trans.

Sobre los violentos. En las coberturas informativas la representación de quienes ejercen violencia de género varía en torno a la justificación de sus conductas (estaba alcoholizado, drogado o celoso), la despersonalización (es un monstruo o un animal) o la patologización del sujeto (es un enfermo, está loco). En algunos casos funciona como modo de legitimación del accionar violento y en otros, opera configurando un distanciamiento acrítico que se

resiste a admitir que los agresores —como señala el movimiento feminista— son *hijos sanos del patriarcado*. Porque asumir esto implicaría la discusión pública sobre construcción de la masculinidad hegemónica y los privilegios que supone, agenda que todavía no encuentra condiciones ni espacio en los medios.

Palabra autorizada. En los noticieros de la televisión también persisten importantes brechas de género al presentar la información. Si se analiza el rol de columnista (entendido como quien no conduce el programa y tiene la experticia sobre un determinado tema o área de interés), la voz especializada —y en ciertos temas casi exclusiva— es de varones cis. De las ya mencionadas 19 160 noticias monitoreadas, 6248 fueron presentadas por columnistas (36,3 % del total). Al indagar quiénes reportan, surge que más del 70 % contó con columnistas varones cis. Si se desagrega por tema, ocupan el 94,8 % de los segmentos de deportes; el 75,5 % de las secciones de policiales e inseguridad; el 67,3 % de las informaciones sobre niñez y adolescencia; el 62,5 % de política. Incluso en las noticias sobre género informadas por columnistas, el 82,6 % son varones. Las mujeres cis solo son mayoría (56,1 %) en los segmentos de espectáculos, arte y cultura. Por lo dicho, también se evidencia que no hay ninguna persona trans que informe.⁶ Los datos permiten señalar la preeminencia de la mirada masculina hegemónica o cómo el androcentrismo se traduce en las prácticas informativas.

Desafíos pendientes. Promover abordajes de derechos humanos

Las recomendaciones elaboradas desde la sociedad civil y los organismos públicos sobre coberturas responsables ponen el énfasis en abordar la violencia de género como una problemática social. La multiplicidad de fuentes, la puesta en contexto y la información socialmente relevante forman parte de las pautas para incorporar el enfoque de derechos a la producción periodística.

Cuando las noticias tienen fuente (no siempre

la tienen), quienes hablan son principalmente representantes de las fuerzas de seguridad o judiciales, testimonios de familiares o de la vecindad, lo que refuerza el formato clásico de la crónica policial focalizada en el caso. Convocar voces de especialistas con perspectiva de género (del activismo, la academia, organismos públicos, etc.) es vital para situar la problemática en el marco de las desigualdades y brindar argumentos que interpelen las prácticas sociales de legitimación de las violencias. Incorporar datos estadísticos que pongan en cuestión mitos y naturalizaciones y permitan describir la complejidad del fenómeno es otra de las formas para mejorar los enfoques de las coberturas. Aportar información que sea de utilidad a las audiencias para conocer los derechos que las asisten, cuáles son las obligaciones de las distintas esferas estatales y qué pueden hacer o dónde acudir es una tarea de producción sencilla que contribuye a la socialización de recursos y posibilidades para quienes atraviesan situaciones de violencia.

Porque mientras el imaginario social predominante indica que la peligrosidad se encuentra en la calle (escenario significativo de lo público), los datos oficiales señalan que el espacio de mayor violencia es la casa. Según el informe publicado por la Oficina de la Mujer (Corte Suprema de Justicia de la Nación, 2018), en 2017 se registraron 273 casos de femicidios, travesticidios y transfemicidios en la Argentina. El 71 % ocurrieron en el domicilio de la víctima y los agresores fueron en el 59 % de los casos parejas o exparejas y, en el 19 % familiares. Es decir, que casi en el 80 % de los casos, la extrema violencia proviene del entorno más cercano y conocido y de esto excepcionalmente se habla en los noticieros.

Porque femicidios, travesticidios y transfemicidios o las distintas situaciones de violencia sexual no son las únicas formas de violencia contra las mujeres, lesbianas, travestis y trans. Las violencias cotidianas todavía se encuentran invisibilizadas en el debate mediático. Como si fuera posible o razonable concebir la transición de un vínculo respetuoso a la violencia extrema sin mediaciones. Se borran y desestiman de la discusión pública las situaciones diarias, *habituales* de maltrato y abuso de poder que cimientan las desigualdades. Poco se informa sobre

la violencia económica o la violencia simbólica. Casi nulo es el tratamiento periodístico de la violencia laboral o la violencia obstétrica. Cuando no se omite, se banaliza o ridiculiza la discusión.

Porque es necesario conocer el rol de las instituciones públicas de los distintos poderes del Estado antes, durante y *a posteriori* de su actuación; dar seguimiento al cumplimiento efectivo de sus funciones y responsabilidades o denunciar su inacción; informar las políticas públicas que se desarrollan y los presupuestos que se invierten.

Porque también es un problema que las mujeres cis y blancas sean noticia principalmente en condición de víctimas de violencia de género; las mujeres trans solo sean representadas en tanto victimarias y las mujeres afrodescendientes, de pueblos originarios, migrantes o con discapacidad sean invisibilizadas en las noticias.

Porque hay agendas que todavía demandan espacios mediáticos: la lucha contra la normalización de las corporalidades, el cupo laboral trans, el cuestionamiento a la maternidad como destino, la distribución de las tareas de cuidado, las diversida-

des familiares, la construcción de masculinidades desprivilegiadas y plurales, entre muchas otras.

El 2018 tuvo otro hito histórico. El grito colectivo por el aborto legal, seguro y gratuito desde las calles del país y el debate parlamentario en torno a la interrupción legal del embarazo (ILE) irrumpieron los programas informativos de televisión abierta y señales de cable. Se necesitó movilizar a casi un millón de personas y meses de debate en el Congreso para que sea considerado un hecho noticiable, lo que evidencia el desfasaje entre las demandas ciudadanas por la equidad de géneros y su representación mediática. En enero de 2019, una joven de 14 años denunció ser violada por cinco hombres en un *camping* de Miramar. Las coberturas plantearon qué hacía ahí y dónde estaba su madre. Desde el discurso mediático se promovió el cuestionamiento a las prácticas de la víctima eludiendo las preguntas que urgen: ¿por qué una adolescente no puede estar segura en cualquier espacio?, ¿qué modos de relacionarnos enseñamos y aprendemos?, ¿qué idea de masculinidad legitimamos, valoramos, promovemos? Quienes trabajan en los medios y, principalmente, quienes creen en una comunicación democrática, ya no pueden evadir estos interrogantes.

Notas

¹ Se ha denominado cis a una persona cuya identidad de género coincide con el sexo asignado al nacer.

² El entrecomillado pertenece a declaraciones de Cacho Castaña en el Programa Involucrados (América TV) emitido el 8 de enero de 2018 (Castaña, 2018).

³ Fueron expresiones de Nicolás Repetto, conductor de *El noticiero de la gente* (Telefe) entre septiembre de 2017 y diciembre de 2018, en el programa emitido el 28 de febrero de 2018 (Repetto, 2018).

⁴ Respecto del agrupamiento se ha dicho que: “El colectivo Actrices Argentinas, integrado por más de 400 mujeres, acompañó hoy la denuncia de Thelma Fardin contra el actor Juan Darthés, por haberla violado en 2009 en Nicaragua mientras filmaban una tira infantil, cuando ella tenía 16 años y él 45” (Televisión Pública Noticias, 11 de diciembre de 2018).

⁵ Línea telefónica gratuita y nacional destinada a brindar información, asesoramiento y contención a mujeres en situación de violencia de todo el país, los 365 días del año, las 24 horas.

⁶ A principios de 2020 la periodista Diana Zurco fue convocada para conducir la edición central del noticiero de la Televisión Pública y, así, se convirtió en la primera conductora trans de la Argentina (N. de la E.).

Referencias bibliográficas

- Área Queer de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires (2007). *Medios de Comunicación y Discriminación: Desigualdad de Clase y Diferencias de Identidades y Expresiones de Géneros y Orientaciones Sexuales en los Medios de Comunicación*. Recuperado de http://www.obserdiscriminacion.gob.ar/wp-content/uploads/2009/10/AREA_QUEER_Medios_y_discriminacion_VERSION_FINAL11.pdf
- Bourdieu, P. (2000). *La dominación masculina*. Barcelona: Editorial Anagrama.
- Chaher, S. (Coord.) (2015). *Ellas también tienen derechos ¿Cómo se expresaron los medios de comunicación de Argentina sobre los asesinatos de Ángeles Rawson, Melina Romero y Lola Chomnalez?* Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Comunicación para la Igualdad Ediciones.
- Connel, R. (1995). La organización social de la masculinidad. En T. Valdes y J. Olavarría (eds.). *Masculinidad/es: poder y crisis* (pp. 31-48). ISIS-FLACSO: Ediciones de las Mujeres N° 24.
- Farré, M. (1999). Ficción e información en el relato periodístico: tendencias del noticiero actual. En *Discurso para el cambio. Tercer Coloquio Latinoamericano de Estudios del Discurso*. Santiago de Chile: Universidad de Chile y Pontificia Universidad Católica de Chile. Recuperado de http://web.uchile.cl/facultades/filosofia/Editorial/libros/discurso_cambio/44Farre.pdf
- Lugones, M. (2008). Colonialidad y género. En *Revista Tabula Rasa* 9, 73-102.
- Radi, B y Sardá-Chandiramani, A. (2016). *Travesticidio / transfemicidio: Coordenadas para pensar los crímenes de travestis y mujeres trans en Argentina*. Buenos Aires: publicación en el Boletín del Observatorio de Género. Recuperado de <https://www.aacademica.org/blas.radi/14.pdf>
- Rich, A. (1996). Heterosexualidad obligatoria y existencia lesbiana. En M. M. Rivera Garretas (trad.). *DUODA Revista d'Estudis Feministes* 10, 15-45. Universidad de Barcelona. (Texto original escrito en 1978 y publicado en 1980). Recuperado de <http://www.mpisano.cl/psn/wp-content/uploads/2014/08/Heterosexualidad-obligatoria-y-existencia-lesbiana-Adrienne-Rich-1980.pdf>
- Rincón, O. (2003). Informar sobre la velocidad: hacia un nuevo periodismo televisivo. En *Diálogos de la Comunicación* 66, 44-58.
- Scott, J. (1996). El género: Una categoría útil para el análisis histórico. En M. Lamas (Comp.). *El género: la construcción cultural de la diferencia sexual* (pp. 265-302). México: PUEG.
- Segato, R. (2003). *Las estructuras elementales de la violencia* - 1a ed. Bernal: Universidad Nacional de Quilmes.

Referencias de leyes y documentos oficiales

- CEPAL (s.f.). Convención sobre la Eliminación de toda forma de Discriminación contra la Mujer [archivo PDF]. Recuperado de https://www.cepal.org/mujer/noticias/paginas/3/27453/CONVENCION_C3%93N_FLIMINACION_C3%93N.pdf
- Corte Suprema de Justicia de la Nación (2018). Datos estadísticos del Poder Judicial sobre Femicidios 2017. Oficina de la Mujer. Recuperado de <https://www.csjn.gov.ar/omrecopilacion/docs/informefemicidios2017.pdf>
- Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual (2018). ¿Qué es noticia en los noticieros? Monitoreo de Programas Noticiosos de Canales de Aire de la Ciudad de Buenos Aires 2017. Recuperado de <https://defensadelpublico.gob.ar/por-quinto-ano-consecutivo-la-defensoria-presenta-el-monitoreo-de-noticias/>

- Ley 26485 (2009). Ley de protección integral para prevenir, erradicar y sancionar la violencia contra las mujeres en los ámbitos en que desarrollen sus relaciones interpersonales. Recuperada de <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/150000-154999/152155/norma.htm>
- Ley 26522 (2009). Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. Recuperada de <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/155000-159999/158649/norma.htm>
- Ley 26743 (2012). Ley de Identidad de Género. Recuperada de <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/195000-199999/197860/norma.htm>
- Ley 27039 (2014). Violencia de género. Línea telefónica gratuita con alcance nacional 144. Recuperada de <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/verNorma.do?id=240242>
- Naciones Unidas (1979). Convención sobre la Eliminación de toda forma de Discriminación contra la Mujer (CEDAW). Recuperada de <https://www.ohchr.org/SP/ProfessionalInterest/Pages/CEDAW.aspx>
- Naciones Unidas (1995). Declaración y Plataforma de Acción de Beijing. Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer. Recuperada de https://www.unwomen.org/-/media/headquarters/attachments/sections/csw/bpa_s_final_web.pdf?la=es&vs=755
- Organización de los Estados Americanos (1994). Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra la mujer “Convención De Belem Do Pará”. Recuperada de <https://www.oas.org/juridico/spanish/tratados/a-61.html>
-

Referencias de medios gráficos

- Agencia Presentes (18 de junio de 2018). Diana Sacayán: un día de Justicia y furia travesti en Tribunales. Recuperado de <http://agenciapresentes.org/2018/06/18/diana-sacayan-un-dia-de-justicia-y-furia-travesti-en-tribunales/>
- Curia, D. (27 de febrero de 2020). Diana Zurco, la primera trans al frente del noticiero de la TV Pública. *Página 12*. Recuperado de <https://www.pagina12.com.ar/249683-diana-zurco-la-primera-trans-al-frente-del-noticiero-de-la-tv>
-

Referencias de medios audiovisuales

- 100 días para enamorarse* [programa de ficción]. (2018). Buenos Aires: Telefe-Underground.
- Intrusos* [programa de televisión]. (2018). Temporada 17. Buenos Aires: América TV.
- Juana* [campaña]. (2018). Buenos Aires: ZonaJobs y FCB&FiRe. Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=D6qhQ94YtHE>
- #MeHaceFeliz* [campaña Mes de la Mujer]. (2018). Alto Palermo. Buenos Aires: Young & Rubicam. Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=n05Qlxp8dMY>
- Pensemos* [spot de la entrega de los premios Lápiz de Platino]. (2018). Buenos Aires: TheJuju. Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=2GR2Fz2BwWY>
- Televisión Pública Noticias (18 de junio de 2018). Primer fallo por “travesticidio” [informe periodístico]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=avDp5xp0HXM>

Televisión Pública Noticias (11 de diciembre de 2018). Denuncia de Thelma Fardin contra Juan Darthés. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=SMS63IQXlm4>

Comenzó el programa número 38 de *PH, podemos hablar* (Telefe, 2018). El conductor, Andy Kusnetzoff, en una sección propia del formato, pidió a los invitados que avanzaran al punto de encuentro aquellos que tuvieron problemas con la ley. Uno de ellos, Marcos Di Palma, piloto automovilístico y diputado provincial por Unidad Ciudadana, contó que fue detenido en un aeropuerto internacional por hacer un chiste sobre poseer una bomba. Para recordar el año de esta anécdota personal recurrió a un dato sociohistórico: “Fue en el año 2004, había explotado el tren de Atocha [refiriéndose al atentado terrorista en dicha estación en las cercanías de Madrid el 11 de marzo de 2004] y veníamos de las Torres Gemelas y todos estos quilombos [sic]”.

Por otra parte, una señora terminó de ver *Bohemian Rhapsody* (2018), película que narra la vida de Freddie Mercury, líder de la banda Queen. El cine fue saliendo de las penumbras y la señora entre lágrimas comentó: “Recuerdo el momento exacto en el que me enteré de que Freddie Mercury había muerto. Estaba trabajando en la oficina de Talcahuano al 800 y lo anunciaron por la tele. Con mis compañeros nos pusimos muy mal y subimos el volumen para saber más”.

El 4 de octubre de 2018 se estrenó la película *El Potro, lo mejor del amor*, que narra la historia del cantante de cuarteto Rodrigo Bueno. Me di cuenta de que recordaba el 24 de junio del 2000, el día de su muerte, como si hubiese estado parada en la

banquina de la autopista Buenos Aires-La Plata, lugar donde ocurrió el trágico accidente. Pero no. Lo vi muy temprano por la mañana en Crónica TV con el zócalo que anunciaba: «Se mató Rodrigo».

En su caso, Marcos Di Palma no había estado en Madrid el día del atentado de Atocha, ni en Nueva York el 11 de septiembre de 2001 cuando fue el de las Torres Gemelas. Lo vio por la televisión.

Yo tampoco estuve en la autopista el día del accidente de Rodrigo y probablemente la señora no recordaría la muerte del cantante de Queen si no fuera por la ayuda de estas imágenes televisivas que construyeron la memoria social del mundo.

¿Televisión como ventana al mundo?

La comunicación atraviesa todas las acciones y formas de pensar de una sociedad. La centralidad de los medios en la vida cotidiana se hace evidente en cada uno de los ejemplos que anteceden estas líneas; construye, entre otras cosas, nuevos símbolos que se establecen como realidad más allá de lo vivido.

En ese sentido, los medios de comunicación podrían funcionar como ventanas hacia el mundo. Esto implica ser conscientes de que, desde la perspectiva de ese encuadre (el de la ventana), solo podemos ver una porción de toda la escena, un

recorte de esa realidad. Es lo que Roger Chartier (1992) denominó “paradigma representacional”.

Lo específico de la comunicación se encuentra en la narración, en la búsqueda de las formas más allá de los contenidos que se despliegan. El comunicador es un experto en la narración antes que un productor de teoría social, ya que comunicar es producir conocimiento desde el acto de narrar (Rincón, 2006).

La potencia cultural que tiene la comunicación es indiscutible. Omar Rincón (2006), citando a Barbero, señaló que esta potencia 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 (p. 17).

Y a toda esta producción de sentido el autor la llamó *cultura mediática*. El valor de esta cultura radica en que nos hace miembros de una misma sociedad con referencias colectivas y significados compartidos. A través de los medios llenamos de significado las acciones de la vida. Casetti y di Chio (1997) sostuvieron que la televisión no solo tiene la capacidad de intervenir en la realidad, sino también de modificarla y eso los llevó a preguntarse sobre las funciones sociales.

La televisión es la máquina de narrar más importante de nuestros días. Más allá de la migración hacia otras plataformas producto de la digitalización, sigue siendo el referente desde el cual comunicar y, en muchos casos, el centro de la vida. Indudablemente, nuestra cultura es visual, le otorgamos un gran valor a la vista. Así lo afirmó Régis Debray (1994): “Lo visual es mundial (mundovisión), concebido desde la fabricación para una difusión planetaria” (p. 13).

Hayden White, filósofo estadounidense, sostu-

vo que lo único que el hombre (y la mujer, por supuesto) de verdad conserva en su memoria son los relatos (Rincón, 2006). En los relatos hay narración y en la narración, conocimiento. Narramos para conocer(nos). A través de esos relatos es como legitimamos y significamos la realidad cultural que nos toca ver y vivir.

La narrativa existe porque hay cultura y lo que debe ser narrado se define por la pulsión narrativa (y también la icónica) que poseemos. Nos valemos de ella como dispositivo cognitivo. Este impulso es de naturaleza transcultural y transhistórica, pero cada cultura decide qué es lo que merece ser contado y de qué manera contarlo. Aníbal Ford (2001) profundizó esta idea y señaló que “no es lo mismo el formato expansivo que tuvo el caso de María Soledad Morales en la Argentina [refiriéndose al femicidio de la joven catamarqueña en 1990] que las formas que hubiese tomado en otras culturas” (p. 257).

Lo que caracteriza a las culturas mediáticas es la capacidad simbólica de los medios de narrar la experiencia social y dar sentido a nuestra vida cotidiana fragmentada, de producir vínculos y conexión entre los seres humanos.

De esta narración deriva la capacidad de generar referentes de sentido común entre productores y audiencia, referentes que se convierten en marcas de la memoria y de la identidad. Así, se conforma una memoria colectiva o una memoria social, como definimos al comienzo, que se construye sobre la base de programas de televisión y de películas. Es a partir de estos relatos que se va tejiendo la red de memoria y representación social.

Medios de comunicación como organizadores sociales

Los modos de contar establecidos que tienen los medios de comunicación, en particular la televisión, se definen como géneros y formatos. Los géneros son matrices culturales universales, populares y

tradicionales que dan forma al relato y al contenido y le asignan una comprensión (casi) universal a las historias. En este sentido, tal como ha expresado Rincón (2006): “No son los temas, son los modos de contar los que generan comprensión universal” (p. 104).

El informativo es tal vez el género con más peso en la sociedad por el valor de credibilidad que tiene y el contrato de lectura que establece con el público. Para que esto suceda se vale de un conjunto de reglas, estructuras repetitivas y convenciones que garantizan la estabilidad y legitimidad de la comunicación. En sí mismo, el acto de narrar tiene una lógica propia del contar audiovisual que sigue un procedimiento establecido, independientemente del género en que se narre.

Los noticieros dejaron de ser servicios de información para pasar a tener como principal objetivo captar audiencias. Esto sucedió sobre todo en las señales de emisión de noticias las 24 horas, que debieron implementar otras estrategias en la búsqueda no solo de informar, sino también de entretener (Herreros, 2004).

Las noticias, que son sometidas a un proceso de selección según los criterios de noticiabilidad de cada medio, se basan en supuestos de información archivados en la memoria del público y un código conocido por éste. Mediante la emisión de una noticia y dependiendo del impacto que ésta genere, se establece un lazo con el sector de la población que se siente implicado o identificado y así se consolida el proceso de producción, circulación y reconocimiento (Martini, 2000). El proceso de reconocimiento se relaciona con la construcción de la memoria social y allí radica la potencia de las culturas mediáticas, en las que productores y audiencias comparten las competencias narrativas: lo que se produce se sabe comprender (Rincón, 2006).

Este lazo que establece el género con la sociedad se debe al poder de interpelación que tiene la narración. En el hecho de contar historias, de buscar plasmar la realidad en imágenes cautivadoras y, en muchos casos, reductoras se propone una relación

emocional y comprensible (Herreros, 2004). Como indicó Rincón (2006):

Se habla entonces de una estética mediática, donde lo audiovisual es el modo sobresaliente para decir las cosas, el que informa a mayor escala (...). El sonido y la imagen se combina para decir aquí y ahora, para informar, cohesionar y materializar la dimensión de nuestras sociedades y ofrecer la información como nuevo valor (p. 39).

Como han sostenido Casetti y di Chio (1997), “afrentar la propuesta de la televisión significa, pues, entrar en una red comunicativa y activarla, prolongarla y extenderla” (p. 305), una red en la que se comparten los significados con otros individuos y también se discuten. Es por este motivo que los autores consideran a la TV como un interlocutor comunicativo, un motor de comunicación o un objeto de la palabra, algo que se interpreta, que conecta a los miembros de una sociedad y propone temas de discusión.

La significación funcional de los medios de comunicación y de las tecnologías de la información es proporcionar lazos entre miembros individuales, entre culturas privadas (dentro de los hogares) y culturas públicas, lo que genera procesos de apropiación, objetización, incorporación y conversión (Silverstone, Hirsch y Morley, 1996).

La apropiación representa el proceso por el que el objeto traspasa el umbral existente entre las economías formales y las morales tanto de los objetos materiales como del contenido (Silverstone, Hirsch y Morley, 1996). La objetización responde a las funciones que Casetti y di Chio (1997) le atribuyen a la televisión, lugar donde el contenido hace posible la conversación entre los miembros de una familia o de una sociedad. Mediante la incorporación, la tecnología comienza a operar y a estructurar las rutinas cotidianas y se empiezan a sostener rutinas domésticas sobre la base de horarios de emisión. Y, finalmente, la conversión define la relación entre una familia y el mundo exterior.

Es común escuchar relatos en los que una persona no sale de su hogar sin antes ver el pronóstico del tiempo en la primera emisión del noticiero: sabe de antemano que después de que el meteorólogo realice el informe tiene siete minutos para llegar a la parada del colectivo y allí hablará con el vecino que espera: “¡Qué calor! Dijeron en la tele que a la tarde se larga la tormenta”. En estas rutinas —que Casetti y di Chio (1997) nombran como la función de construir ritos que tiene la televisión— entran en juego los elementos del sistema transaccional y así

... se va tejiendo una compleja red de discursos, hecha de dichos, de comentarios y de diálogos que se originan a partir de la televisión, pues la familia habla de la televisión y de sus programas y habla a partir de la televisión y de todo lo que se refiere a la misma (Casetti y di Chio, 1997: 307).

La televisión estimula la imaginación de los individuos, satisface las necesidades de evasión al contar historias cercanas (o no) a sus vidas cotidianas. De todas formas, prestamos más atención a las noticias que nos afectan por proximidad geográfica, por sentirnos interpelados a partir de esa cercanía. Un ejemplo podría ser el terremoto en el océano Índico del 26 de diciembre de 2004 que provocó una serie de tsunamis en Asia y dejó más de 288 000 víctimas fatales. Días después, el 30 de diciembre de 2004, ocurrió el incendio en el boliche República Cromañón, con un saldo de 194 jóvenes muertos/as. Los medios de comunicación argentinos concentraron la cobertura en esta última tragedia y poco más sabíamos sobre lo que estaba ocurriendo del otro lado del globo.

En los programas televisivos se percibe la voluntad de ilustrar acontecimientos que, de algún modo, pertenecen a cada uno de nosotros por habitar este mundo y convertirlos en algo accesible para todos/as y, de ese modo, explicar y reforzar el patrimonio común. A esto Casetti y di Chio (1997) lo denominan función barda y una de sus expresiones típicas es la intertextualidad: “La televisión habla de los periódicos y los periódicos de la televisión; la

televisión se inspira en el cine y el cine en el mundo televisivo, etc., en un continuo cruce de referencias” (p. 310). Es por este motivo que no es casual que en las anécdotas relatadas al comienzo del texto se recuerden imágenes televisivas a partir de otras piezas audiovisuales. En el cine recordamos lo que vimos en la tele, pretendemos encontrar en la película un rasgo de credibilidad (aun sabiendo que estamos contemplando historias ficcionalizadas como son los casos de *Bohemian Rhapsody* y *El potro, lo mejor del amor*) a partir de nuestra propia memoria narrativa, construida sobre la base de representaciones.

Estas representaciones generan transcripciones interpretativas que alimentan el imaginario colectivo y se convierten en puntos de referencia para realizar posibles lecturas de lo social. Roger Silverstone (1996) sostiene que la televisión es “una especie de máquina cultural que constantemente suministra una nueva gama de símbolos y representaciones de identidad, refinados, reciclados y producidos masivamente” (p. 194).

Los medios, a partir de las mediaciones (entendidas como el lugar desde y en el cual se produce sentido), ponen en marcha procesos de identificación que refuerzan la identidad del individuo, su conciencia de pertenecer a una determinada categoría social o comunidad, y desde esa identidad individual se va construyendo la colectiva (Barbero, 1998).

Los medios configuran nuestra conciencia y nuestra experiencia y, los relatos mediáticos se encargan de ir al encuentro de nuestra experiencia de vida, es decir, se mezclan con el flujo de nuestra vida cotidiana (McLuhan, 1964).

Es por este motivo que los medios de comunicación son definidos como máquinas narrativas por Omar Rincón (2006), porque “socializan una variedad de relatos, visibilizan una diversidad de sujetos, extienden las escenas del sentido e intervienen simbólicamente en la sociedad contemporánea” (p. 20).

Así, la cultura mediática interviene en el mundo de la vida al construir rituales y abrir el significado a nuevos modos sociales (Rincón, 2006). El género informativo en la televisión funciona como el principal medio de representación social de la imagen, destacándose fundamentalmente por el valor que tiene el vivo y el directo.

La televisión es el medio que transmite las imágenes que quedan impregnadas en la retina social compartida, que genera la reproducción de frases como *es cierto porque lo vi en la tele* y colman de contenidos nuestras reuniones familiares.

Conservamos en nuestra memoria social infinidad de sucesos históricos que crearon una comunidad de sentidos compartidos y nos apropiamos de ellos a través de la mirada...

La muerte de Juan Domingo Perón, los disparos durante el traslado de su cuerpo al mausoleo de San Vicente en 2006, la huida en helicóptero de Fernando de la Rúa, la llegada del hombre a la luna, el rescate de los 33 mineros atrapados durante 69 días en la mina de San José en Chile, la tragedia de Cromañón, el atentado a la Asociación Mutual Israelita Argentina (AMIA) en Buenos Aires en 1994, el

casamiento de Palito Ortega y Evangelina Salazar, la muerte de Néstor Kirchner el 27 de octubre de 2010 (mismo día del censo nacional), los femicidios de Candela Rodríguez y Ángeles Rawson por el seguimiento noticioso que se hizo de cada uno de ellos, el tsunami de Malasia y el de Fukushima por la dimensión catastrófica del hecho, el corralito argentino, el argentinazo, la muerte de Ayrton Senna, el velorio de Roberto Sánchez Sandro y el de Mercedes Sosa con sus largas filas de espera para pasar a despedirlos, la caída de Charly García a la piletta, la muerte de Lady Di, el asesinato de Darío Santillán y Maximiliano Kosteki, las marchas de los jubilados encabezadas por Norma Pla, el atentado contra Charlie Hebdo en Francia, el asesinato de Osama bin Laden a manos de las fuerzas militares de Estados Unidos, el caso de los Pomar en Argentina, el *vamos ganando* durante la Guerra de Malvinas, el accidente de avión del club de fútbol brasileño Chapecoense, el caso Nisman, el asesinato de José Luis Cabezas, la desaparición de Jorge Julio López, el juicio a las Juntas Militares, la desaparición de Santiago Maldonado y la posterior aparición de su cuerpo sin vida... y así podríamos seguir listando un sinfín de episodios. Todos ellos fueron televisados. Todos ellos forman parte de nuestra memoria narrativa y compartida.

Referencias bibliográficas

- Barbero, J. M. (1998). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. México: Gustavo Gili.
- Debray, R. (1994). *Vida y muerte de la imagen. Historia de la mirada en occidente*. Barcelona, España: Paidós.
- Casetti, F. y di Chio, F. (1997). "Estudios culturales". En *Análisis de la televisión. Instrumentos, métodos y prácticas de investigación*. Barcelona, España: Paidós.
- Chartier, R. (1992). *El mundo como representación. Estudios sobre historia cultural*. Barcelona, España: Gedisa.
- Ford, A. (2001). *La marca de la Bestia*. Buenos Aires, Argentina: Norma.
- Cebrián Herreros, M. (2004). *Modelos de televisión: generalista, temática y convergente con internet*. Barcelona, España: Paidós.
- Martini, S. (2000). *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. Buenos Aires, Argentina: Norma.
- McLuhan, M. (1964). *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*. Buenos Aires: Paidós.
- Nichols, B. (1991). *La representación de la realidad*. Barcelona-Buenos Aires: Paidós.

Rincón, O. (2006). *Narrativas Mediáticas*. Barcelona, España: Gedisa.

Silverstone, R. (1996). *Televisión y vida cotidiana*. Buenos Aires, Argentina: Amorrortu editores.

Silverstone, R.; Hirsch, E. y Morley, D. (1996). Tecnologías de la información y de la comunicación y la economía moral de la familia. En Silverstone, R. y Hirsch, E. (Eds.). *Los efectos de la nueva comunicación. El consumo de la moderna tecnología en el hogar y en la familia* (pp. 40-57). Barcelona, España: Bosch.

Referencias de medios audiovisuales

PH, podemos hablar [programa de televisión]. (2018). Programa nro. 38. Buenos Aires: Kuarzo Entertainment Argentina. Telefe. Disponible en <https://telefe.com/ph-podemos-hablar/programas-2018/programa-38/>

El Potro, lo mejor del amor [cinta cinematográfica]. (2018). Argentina: FAM Contenidos, Corinthian Productions, CT Films, Telefe.

Bohemian Rhapsody [cinta cinematográfica]. (2018). Reino Unido: Distribuida por 20th Century Fox. Coproducción Reino Unido-Estados Unidos; 20th Century Fox, GK Films, New Regency, Queen Films Ltd., Tribeca Productions, Regency Enterprises.

Medios nacionales



Entre lo importante y lo emocionante: un análisis de los criterios de noticiabilidad de *Telenueve al mediodía*

El siguiente artículo resume las principales conclusiones de un análisis de los criterios de noticiabilidad presentes en *Telenueve al mediodía*, noticiero emitido por Canal 9 de Buenos Aires de lunes a viernes de 12:00 a 13:00. Para dicho análisis, se consideró el contenido completo de tres emisiones consecutivas del noticiero, correspondientes a los días 25, 26 y 27 de junio de 2018, a la luz de los criterios de noticiabilidad propuestos por Stella Martini (2000) y del criterio de disponibilidad de imágenes según lo entiende Cebrián Herreros (2004).

En total se consideraron veinticinco noticias. Se descartaron cuatro segmentos que, pese a ser presentados como parte del flujo informativo del noticiero, se alejaban de todos los criterios de noticiabilidad (acercándose a un formato más próximo al *magazine*) o bien por entender que respondían a la lógica de los contenidos patrocinados.¹

Por último, cabe señalar que la delimitación de *noticia* ha seguido el criterio operativo empleado por *Telenueve al mediodía* a la hora de presentar sus titulares. Por ejemplo, en el caso del paro general, se puede considerar que el paro de transporte, las protestas gremiales que generan cortes de tránsito y la adhesión de los comerciantes a la medida de fuerza son derivaciones del mismo acontecimiento. Sin embargo, el noticiero los organizó como noticias separadas con los zócalos: «Paro sin colectivo, trenes ni subtes», «Cortes en los accesos por el

paro» y «Paro: ¿están abiertos los comercios?», respectivamente. De modo análogo, se han considerado las noticias relativas a la participación de la selección nacional en el Mundial de Fútbol de Rusia 2018.

Criterios de noticiabilidad

Se refieren al “conjunto de condiciones y valores que se atribuyen a los acontecimientos” (Martini, 2000: 85-86). Estos criterios surgen, a su vez, de la evaluación que los medios hacen del valor de la noticia “como información práctica, como impacto emocional y como formadora de opinión pública” (pp. 85-86).

A los efectos del análisis, se ha considerado a grandes rasgos la clasificación propuesta por Martini (2000), quien distingue los siguientes criterios de noticiabilidad:

- novedad;
- originalidad, imprevisibilidad e ineditismo;
- evolución futura de los acontecimientos;
- importancia y gravedad;
- magnitud por la cantidad de personas o lugares implicados;
- jerarquía de los personajes implicados;
- inclusión de desplazamientos;

-proximidad geográfica del hecho a la sociedad.

A excepción de los dos últimos,² se han considerado todos los otros criterios. Adicionalmente, se ha contemplado el criterio de la disponibilidad de imágenes por entender que juega un papel preponderante en la selección informativa, en especial cuando aquellas proceden de otras fuentes (cámaras de seguridad, imágenes captadas por teléfonos móviles, etc.) y tienen alguna carga de espectacularidad. Resulta pertinente recordar aquí las palabras de Cebrián Herreros (2004) acerca de que en la televisión “se prefieren las noticias con imágenes en lugar de aquellas que no las tienen, y cuanto más originales y espectaculares sean más posibilidades tienen de ser elegidas en detrimento de otras de tanto o más relieve, pero sin imágenes” (p. 20).

El ejercicio de analizar los criterios de noticiabilidad subyacentes en cada noticia ha resultado particularmente valioso no tanto porque a cada noticia le corresponda un criterio predominante, sino porque permite marcar un punto de partida que abre nuevos interrogantes. La *noticiabilidad* de un acontecimiento medida por la jerarquía de los personajes implicados, por ejemplo, es un criterio cuya manifestación puede tornarse, como mínimo, difusa. Como se verá más adelante, la muerte de una persona desconocida para el gran público puede convertirse en noticia sin que sea posible determinar si los criterios que han pesado para su inclusión en el noticiero fueron la empatía hacia personajes del mundo del espectáculo vinculados a la fallecida, la mortalidad de una madre joven por cáncer o ambos.

A partir de considerar que “un acontecimiento es noticia por su valor informativo, que incluye importancia y gravedad de lo que se informa, y si concierne a una parte notable de la población en un margen de tiempo corto o largo, pero de modo profundo...”, podría afirmarse que *Telenueve al mediodía* no es, *a priori*, un noticiero muy apegado a los criterios de noticiabilidad más elementales (Martini, 2000: 89). Así, por ejemplo, hay varios hechos que difícilmente puedan considerarse como concernientes a vastos sectores de la opinión pública: la muer-

te de la hija de una de las Trillizas de Oro (25/6), el doble parto registrado en una comisaría (26/6) y el falso secuestro exprés de Carmen Barbieri (26/6) son los más representativos al respecto.

Acerca del criterio de novedad, es necesario señalar que, aunque no resulta sorprendente su hegemonía (ver Gráfico 1), una lectura más atenta permitiría relativizar las cifras. En primer lugar, un análisis más minucioso podría arrojar importantes matices entre aquellos acontecimientos que se convierten en noticia *por primera vez* y aquellos que corresponden a novedades sobre casos —usualmente policiales— ya construidos mediáticamente.³ Por otra parte, en las ediciones analizadas de *Telenueve al mediodía* no hubo noticias de último momento e incluso noticias directamente atadas al concepto de novedad (como la suba del dólar) fueron anunciadas en los titulares y luego no se desarrollaron.

Tal como se observa en el gráfico 1, la edición del 25/6 fue la que estuvo mayormente atravesada por el criterio de novedad debido a la cobertura de la huelga de trabajadores del día 25/06, acontecimiento que se abordó de manera extensa y con múltiples recursos. El hecho de tratarse de un paro anunciado permite sostener la hipótesis de que el noticiero contó con suficiente tiempo para planificar su cobertura.

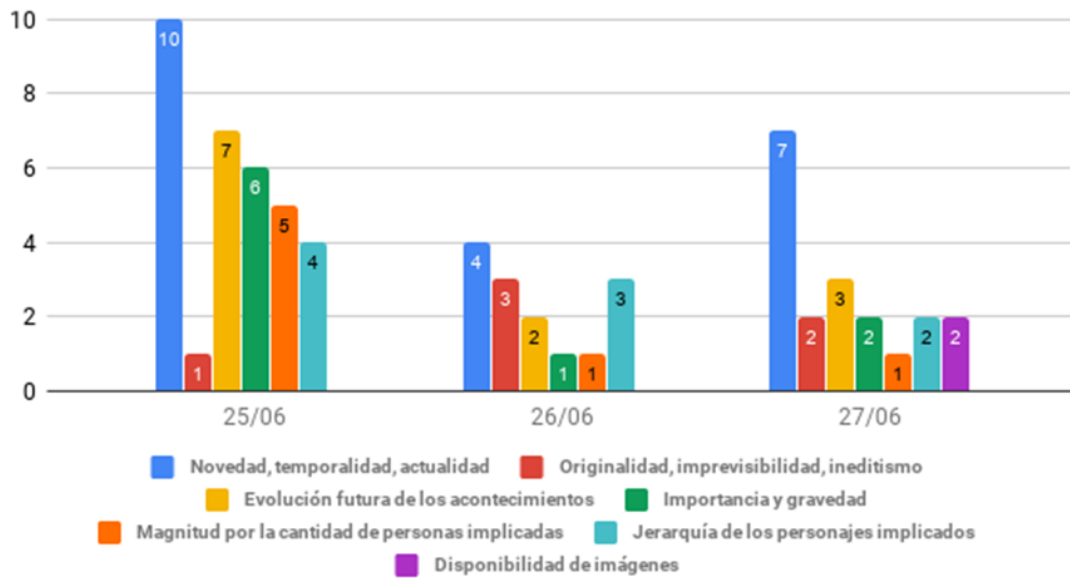
Emociones inéditas: nacer y morir de formas impensadas

En el corpus analizado, lo inédito y lo original aparecieron como criterios de noticiabilidad fuertes en dos noticias: la muerte de un nene electrodependiente a raíz de un corte de luz (25/6) y el doble parto registrado en una comisaría (26/6).

En el primer caso, el carácter inédito del hecho se puso de manifiesto en los dos zócalos consecutivos que acompañaron su emisión: «Murió un nene por un corte de luz» y «5 años, estuvo 14 horas sin luz y murió»; mientras que el aspecto más conmove-

Gráfico 1

Criterios de noticiabilidad predominantes por día



Fuente: Criterios de noticiabilidad predominantes por día (gráfico de elaboración propia).

dor se expresó a través del relato de la cronista (que se refirió al caso como una historia *extremadamente triste*). A la conmoción que generó el suceso le siguieron inmediatamente los intentos de la conductora y la movilera por llevar cierta tranquilidad a los televidentes. Este punto se retomará en las conclusiones.

El ineditismo y la originalidad del segundo caso también se entrelazaron con la emotividad pero debido a las circunstancias contrarias: nacimiento en lugar de muerte. Aquí también se reforzó el carácter atípico del acontecimiento a través de las palabras de la conductora: “¿Vieron cuando decimos que la realidad supera la ficción?”, y de la alternancia de zócalos: «La comisaría...una sala de partos» (Imagen 1) y «Dos partos en media hora en una comisaría».

La dosis de emotividad, a su vez, apareció en las preguntas que la cronista le hizo a los policías devenidos en parteros, a quienes introdujo con palabras amables (“una jornada increíble”) y con el apodo de “chicos”, en clara señal de búsqueda de empatía.

Imagen 1



Momento emotivo. A partir de una historia inédita, el noticiero buscó reflotar las vivencias de sus protagonistas. Fuente: *Telenueve al mediodía* (26 de junio de 2018).

Futuros cercanos: entre el paro y el partido clave

La evolución futura de los acontecimientos fue un criterio de noticiabilidad que apareció con nitidez en relación con tres temas: el paro sindical (25/6), el

partido de la selección frente a Nigeria en el contexto del mundial (26/6) y la posible legalización del aborto (27/6). El denominador común de estos tres acontecimientos fue que gran parte de su trascendencia venía dada, en palabras de Martini (2000), “por las expectativas de la sociedad, ya sea que se trate de un hecho que debe resolverse o que tenga un desarrollo secuencial” (p. 91).

¿Tendrá éxito el paro? ¿Ganará la selección argentina el partido? ¿Se aprobará finalmente la ley del aborto? Las preguntas tácitas detrás de cada uno de estos tres acontecimientos estructuraron las coberturas, que contaron con móviles en vivo y columnistas especializados.

En el caso del paro sindical y sus consecuencias, las preocupaciones sobre su futuro inmediato corrieron a cargo de los cronistas, quienes a través de móviles en vivo dieron cuenta del grado de acatamiento y de las manifestaciones relacionadas con este.⁴

Mientras tanto, las expectativas en torno al paro y sus efectos a mediano plazo recayeron en el columnista de análisis político Tuny Kollman, quien inscribió el acontecimiento en una cronología más amplia. Así, además de clarificar las causas de la medida de fuerza, Kollman esbozó una hipótesis sobre las consecuencias de la huelga: “A partir de mañana empiezan a trabajar dentro de la CGT con los gremios más amigos para ver si logran romper un poquito esto que hemos visto que fue una unidad muy fuerte”.

Respecto del partido Argentina-Nigeria, aunque el tono fue completamente diferente por tratarse de un evento deportivo, las expectativas que suscitó el encuentro fueron altísimas. Un repaso por los zócalos de la cobertura mundialista en la edición del 26 de junio mostró, en este sentido, un seguimiento minucioso de la previa del partido: «Los hinchas van camino al estadio», «Se abrieron las puertas del estadio», «Se viene el partido: así está el estadio», «Los hinchas ya entran al estadio», etc.; junto a reiteradas apelaciones a la emotividad de la camiseta como «San Petersburgo se viste de celeste

y blanco» y «Locura por la celeste y blanca en Rusia» (Imagen 2); y a la condición clave del encuentro: «La selección, obligada a ganar», «Hoy, cueste lo que cueste: ¡Vamos Argentina!» y «A todo o nada: acá juega Argentina».⁵

Imagen 2



Los zócalos entusiastas se alternaron insistentemente durante toda la previa del partido Argentina-Nigeria. Fuente: *Tele-nueve al mediodía* (26 de junio de 2018).

Por su parte, frente a la posible legalización del aborto en el Senado, se reafirmó el papel de Kollman como analista político: no solo ofreció interpretaciones, sino también eventuales escenarios legislativos en torno a la discusión de la ley.⁶

Las multitudes ausentes

La *importancia* y *gravedad* de un acontecimiento se entrelazan inevitablemente con el resto de los criterios de *noticiabilidad*. En el corpus seleccionado, el paro sindical emergió como la noticia que fue atravesada por todos los criterios mencionados, a excepción de la *imprevisibilidad* y el *ineditismo* (por ser un paro anunciado y, obviamente, por ser la huelga una acción de reclamo y protesta por todos conocida).

En este sentido, se puede esbozar rápidamente la relación del paro con la *magnitud* y *cantidad de personas implicadas* (el cese del transporte fue lo más significativo al respecto) y con la *jerarquía de los personajes involucrados* (cuando el entonces presidente de la Nación, Mauricio Macri, se pronunció en contra de la medida).

Otros indicadores de la importancia que *Telenueve al mediodía* le asignó al paro fueron, por un lado, el tiempo dedicado (27 minutos sobre un total de 49 en la edición del 25/6) y, por otro, el despliegue de recursos humanos y técnicos (móviles en vivo y registro de imágenes en distintos puntos geográficos de Capital y Gran Buenos Aires).

El criterio relativo a la *magnitud por la cantidad de personas implicadas* fue el más contundente en relación con el paro del 25 de junio. Así, la cantidad de personas alcanzadas por la huelga se subrayó de dos modos. En primer lugar, los títulos de la edición adelantaron el impacto de la medida e interpellaron a los televidentes en tanto usuarios de transporte («Paro: sin colectivos, trenes ni subtes»), automovilistas («Cortes en los accesos por el paro»), consumidores («Paro: ¿están abiertos los comercios?») y trabajadores asalariados («El paro y la pulseada por los sueldos»). En segundo lugar, la cantidad de personas afectadas por la noticia del paro se expresó en su antítesis: la ausencia de las multitudes habituales en las calles, un dato que fue permanentemente subrayado tanto por parte de los presentadores y cronistas como mediante los zócalos que se sucedieron: «Constitución vacía en plena hora pico» (Imagen 3), «La estación de Once vacía en plena hora pico» y «La ciudad vacía por el paro».⁷

Imagen 3



La cantidad de personas afectadas por la noticia del paro se subrayó mediante las imágenes de una ciudad sin gente. Fuente: *Telenueve al mediodía* (25 de junio de 2018).

Más drama que fama: noticiabilidad según los personajes implicados

Las noticias protagonizadas por personajes famosos tienen gran presencia en *Telenueve al mediodía* pero sus criterios de selección no siempre son muy consistentes ni coherentes entre sí. En el visionado, a excepción de las declaraciones del presidente Mauricio Macri a raíz del paro y de la muerte de Violeta Rivas (en la emisión del 25/6), el resto de las noticias que involucraron a personajes conocidos parecían más propias de géneros televisivos relacionados con la *crónica rosa* o incluso el *talk-show*.

En la emisión del 25/6, por ejemplo, el noticiero le dedicó casi 2 minutos a la muerte de la hija de una de las Trillizas de Oro debido a un cáncer de mama. La noticia fue presentada por el columnista de espectáculos, lo que tácitamente ubicaría al hecho en esa categoría. Sin embargo, el personaje en cuestión no es famoso sino *hija de una famosa* y el propio columnista debió explicar cuál de las Trillizas de Oro era su madre. Más allá de esto, la noticiabilidad parece inseparable de *la tragedia de morir joven*, una circunstancia que fue destacada por uno de los zócalos que acompañaron la noticia: «Tenía 34 años y era mamá de dos nenes» (Imagen 4). Este énfasis en la desgracia personal, incluso aunque la estatura mediática del personaje sea menor, recuerda las palabras de Rincón (2006) acerca del componente emocional de la televisión:

Se produce y se ve televisión para vivenciar emociones: con las películas de miedo buscamos asustarnos, con el melodrama queremos soñar que el amor y la moral lo puede todo, con la tragedia nos liberamos de los karmas de este mundo... (p. 187)

Este nexo entre famosos y emociones se reeditó al día siguiente a propósito de la noticia presentada como «Susto para Carmen en medio de la noche». Aunque aquí el personaje era *efectivamente famoso* (el episodio tuvo como protagonista a la actriz y conductora Carmen Barbieri), resultaba llamativo que la noticia se refirió a un hecho no consumado,

categorizado indistintamente como *falso secuestro exprés*, *secuestro virtual* o *cuento del tío*. La *noticiabilidad*, sin embargo, se reforzó precisamente a través de este final feliz, ya que el accionar de la famosa (cortar la llamada de los presuntos secuestradores) se instaló como algo ejemplificador para los televidentes ante eventuales hechos similares.

Imagen 4



Tragedia y enfermedad de la *hija de*. La búsqueda del tono dramático se impuso sobre la poca popularidad del personaje. Fuente: *Telenueve al mediodía* (25 de junio de 2018).

Por su parte, la información sobre la salud física y psíquica de Diego Maradona, tema que se abordó en la edición del 27/6, constituye un ejemplo completamente diferente a los anteriores. Más allá del indudable peso mediático de la figura de Maradona, el tiempo (10 minutos) y los recursos que le dedicó *Telenueve al mediodía* (musicalizaciones varias, uso del *videowall* como recurso *explicativo*, tratamiento de las imágenes, etc.) nos han permitido advertir que se trató más bien de un *mini reality show*. La jerarquía del personaje no dejaba muchas dudas sobre el criterio de *noticiabilidad*, pero el abordaje de los hechos, que aparecieron entremezclados con suposiciones y especulaciones, configuró un tipo de relato muy diferente al resto de las noticias.

Por último, cabe mencionar la inclusión de personajes famosos a propósito del *clima de previa* del encuentro entre Argentina y Nigeria en el contexto del Mundial de Fútbol. En este caso, se apeló a los personajes que se suponían conocidos por el público y que contribuyeron a exaltar el clima mundialista.⁸

Imágenes impactantes (que *no* hablan por sí mismas)

La disponibilidad de imágenes apareció como un criterio de *noticiabilidad* implícito en *Telenueve al mediodía* y se manifestó, de manera muy contundente, en la noticia sobre el asesinato de un remisero en Lomas del Mirador. Este caso, al que le dedicaron prácticamente los 10 minutos iniciales de la edición del día, fue elocuente porque se construyó a partir del registro de una cámara de seguridad. Las imágenes captadas, a las que se les añadió la sobreimpresión de círculos y de las palabras *cuchillo* y *víctima*, fueron ralentizadas mientras el conductor oficiaba de narrador.

En este sentido, el asesinato del remisero (presentado en los títulos como «Fueron directamente a matarlo») fue doblemente relevante, porque a las imágenes que originaron la noticia propiamente dicha se le sumaron luego otras imágenes de archivo, que mostraban a la víctima en una faceta delictiva. Aunque la relación entre ambos sucesos distó de ser causal, la inclusión le sirvió al noticiero para construir al protagonista.⁹

Junto con Cebrián Herreros (2004) podemos sostener que este caso evidenció la inclinación de la información televisiva hacia “imágenes cautivadoras y reductoras de la realidad” (p. 19). Ese reduccionismo se manifestó particularmente en la inclusión de imágenes de archivo de la víctima que aportaron más espectacularidad que rigor.

Más allá de lo policial, se puede suponer que la disponibilidad de imágenes ha incidido también en la construcción de otras noticias de *Telenueve al mediodía*. En este sentido, es factible conjeturar que los enfrentamientos entre estudiantes universitarios y policías en los alrededores del rectorado de la Universidad de Buenos Aires han sido incluidos en la agenda del noticiero por tener un registro fílmico claro de ellos. De hecho, en la presentación de esta noticia (la segunda de la edición del 27/6) la conductora reforzó la narración de los sucesos con las frases: “Aquí lo estamos viendo” o “escuchen”.¹⁰

Conclusiones

Sobre la base de los criterios de *noticiabilidad* analizados, resulta posible sostener que las noticias de *Telenueve al mediodía* se estructuraron alrededor de dos características fundamentales: el peso de lo dramático y una *farandulización* transversal que dejó su huella en muchos de los contenidos.

La incidencia de lo dramático fue relevante porque, aunque se ancló de forma más obvia desde lo policial, estiró sus límites hacia otras áreas temáticas no necesariamente vinculadas al delito. El común denominador fue que se trataba de historias particulares sobre las que parecía urgente extraer un mensaje o sugerir una posible solución. Este rasgo impregnó por igual la muerte de un niño electrodependiente a raíz de un corte de luz, el intento de secuestro que sufrió Carmen Barbieri y las complicaciones en la salud de Diego Maradona.

En todos estos casos, presentadores, columnistas y cronistas se apresuraron a hacer recomendaciones que tuvieron como destinatario último al televidente.¹¹ Estos consejos llevaban implícita la búsqueda de un cierto *equilibrio perdido* y la generalización para evitar que sucesos similares se repitiesen. En términos de Farré (2004), se puede pensar aquí que:

La identificación con el personaje en su situación inicial favorecerá más tarde compenetrarse con el hecho sufrido, con lo que el espectador podrá sentir su mundo personal más directamente involucrado con el mundo del texto. Es decir, habrá una rápida accesibilidad del mundo de referencia al mundo posible (p. 10).

Para potenciar su capacidad narrativa, este énfasis en lo dramático se apoyó en variados recursos técnicos y humanos que abarcaron desde un (fallido) móvil en vivo para que la mamá del nene electrodependiente se explayara sobre su drama hasta el de apelar a un columnista en el estudio (Jorge Pizarro) que empleó elementos de utilería (incluyendo una heladera, una moto y un arma) para recrear las versiones judiciales sobre un asesinato.

La farandulización, por su parte, fue una característica transversal en *Telenueve al mediodía*: no se circunscribió a una sección ni a un tipo de contenido. Por el contrario, las referencias a personajes famosos adoptaron formas que fueron desde las referencias irónicas en los zócalos («¡Lo que faltaba! el poema de Chano a Messi») y el tono *cholulo* («Carmen, la leona») hasta el encuadre dramático (de la muerte por cáncer de la hija de una de las Trillizas de Oro donde se enfatizó que «Tenía 34 años y era mamá de dos nenes»).

Parece prudente señalar, sin embargo, que las personalidades destacadas no jugaron siempre el mismo rol en la construcción de las noticias. En algunos casos, la *farandulización* tomó la forma de particularización de un drama (cáncer), mientras que en otros sirvió para establecer pactos de complicidad con el televidente (las referencias a Chano parecían querer decirle al espectador *vamos a reírnos juntos de Chano*).

Por otra parte, como sostuvo Martini (2000), no hay que perder de vista que la aplicación de los criterios de *noticiabilidad* no ocurre en el vacío, sino que se enmarca en un “trabajo periodístico [que] se desarrolla en tiempo real” (p. 78). Desde esta lógica, es posible comprender, por ejemplo, que una noticia anunciada sea luego descartada en detrimento de otras que, tal vez por criterios de audiencia, son consideradas más redituables. Al respecto, es elocuente que en la emisión del 26/6, día del partido Argentina-Nigeria, la noticia sobre la suba del dólar («Subió el dólar... subieron los precios») se incluyó entre los titulares principales pero luego no se desarrolló.

La relación entre criterios de *noticiabilidad* y rutinas de producción también puede trazarse, en el corpus seleccionado, a partir de la extensa cobertura del paro sindical. Como toda medida anunciada con cierta antelación, es altamente probable que haya permitido una logística mucho más precisa por parte del noticiero (dónde apostar los móviles en vivo, qué imágenes y declaraciones buscar, etc.). En sentido contrario, también se advierte que hay variables que ningún equipo de producción puede contro-

lar; en el corpus analizado, fue la propia cronista apostada en el móvil quien anunció que la madre del nene electrodependiente fallecido no se sentía bien y por lo tanto no estaba en condiciones de ser entrevistada. Esta cancelación de último momento, sin duda, alteró el cronograma previsto y permite suponer que, de no haberse producido, el tiempo y el énfasis dedicado a un testimonio (previsiblemente) dramático habrían sido otros.

Por último, resulta necesario señalar que dos acontecimientos extraordinarios —el paro sindical y

un partido de fútbol clave de la selección— dominaron prácticamente la agenda temática de dos de las tres emisiones analizadas. El carácter extraordinario de ambos acontecimientos lo confirmó el propio noticiero al hacerlos *noticiables* desde múltiples criterios y desagregarlos en diferentes noticias. Esta aclaración no va en desmedro del análisis realizado, pero plantea una salvedad para tener en cuenta en la consideración de los *criterios de noticiabilidad* a partir de un corpus más extenso o con mayor dispersión temporal.

Notas

¹ En el primer grupo se ubican las secciones “Conexión jubilados” y “Lo invisible a los ojos”, cuyas temáticas (calendario de vacunación y recomendaciones sobre cómo limpiar latas, respectivamente) tienen un nexo con la actualidad débil o nulo. En el segundo grupo se ubican “Gonzalito en Rusia”, emitida el 26/07 y auspiciada por YPF, e “Inauguración de luminarias LED en Avellanada”, emitida el 27/07. Aunque en este último caso no hay marcas de auspicio explícitas, las características de la nota permiten inferir que se trató de un contenido propagandístico sobre la gestión del intendente de Avellanada.

² Con la obvia excepción de las noticias relativas al Mundial de Fútbol de Rusia, todos los acontecimientos considerados *noticiables* por *Telenueve al mediodía* tienen su origen en la ciudad de Buenos Aires y su área metropolitana. Considerando que este criterio se cumple en todos los casos, su valor analítico es nulo.

³ El corpus trabajado (tres ediciones consecutivas) resulta demasiado limitado para poder observar qué porcentaje de noticias son *enteramente nuevas* y qué porcentaje corresponde a noticias *serializadas*. Sin embargo, en materia de policiales los ejemplos los constituyen, respectivamente, el asesinato del remisero, noticia incluida en la edición del 27/6 a partir de un acontecimiento ocurrido unos días antes, y las novedades judiciales entorno al asesinato de Fernando Pastoriza a manos de Nair Galarza, noticia incluida en la edición del 25/06 pero relacionada con un acontecimiento ocurrido a fines de 2017 (casi 6 meses antes).

⁴ Desde la primera conexión en directo, el conductor anticipó: “Estamos en el Obelisco donde se supone que va a ser el centro de toda esta protesta”. Posteriormente, la cronista relatará: “El acto (...) comenzó hace aproximadamente veinte minutos porque todas aquellas columnas que fueron partiendo desde los distintos cortes (...) confluyeron aquí” y luego: “Serán aproximadamente seis los oradores y entendemos que en media hora más va a finalizar y este corte también se va a levantar”.

⁵ Debido al pobre desempeño en los dos partidos anteriores de la fase de grupos (frente a Islandia y Croacia), la selección argentina estaba obligada a ganar para continuar en el campeonato.

⁶ Sin revelar fuentes, Kollman señaló que “a diferencia de lo que pasó en Diputados, la pinta es la siguiente: que los que se oponen al proyecto que viene de Diputados, van a armar otro proyecto”.

⁷ Durante una de las conexiones en directo desde el microcentro, la cronista le preguntó a la dueña de un co-

mercio si había ido gente a pesar del día de paro y la mujer respondió: “Hubo menos movimiento”. La movile- ra atinó a dar por concluida la entrevista, pero entonces, desde el piso, el conductor le pidió que le repregunta- ra a la entrevistada “¿Cuánto menos? ¿40 %? ¿50 %? ¿30 % menos?”. La escena reveló, así, cierta búsqueda de precisión más allá de las imágenes.

⁸ Se trata de una inclusión mediada por las redes, ya que el columnista de espectáculos leyó los *tweets* que mu- chos famosos escribieron a raíz del partido (Marcelo Tinelli, Mirtha Legrand y el cantante Axel). Luego, se difundió un video del cantante Chano en el que le recitaba un poema al futbolista Lionel Messi.

⁹ A partir del minuto 4, se difundieron imágenes de archivo de Lautaro, la víctima, quien, según dieron cuenta las imágenes, se grabó a sí mismo disparando en la Panamericana desde un auto en el que viajaba junto a su novia. Ese suceso, sin embargo, no tuvo relación directa con su muerte.

¹⁰ Aunque no se pasa por alto que la noticiabilidad de un acontecimiento casi siempre va atada a más de un criterio, se puede pensar que las noticias sobre represiones o incidentes tienen pocas probabilidades de ser in- cluidas en un noticiero si no hay imágenes sobre esos hechos.

¹¹ En el caso del nene muerto por el corte de luz, la cronista señaló: “Tenemos que tomar esta desgracia para informarle a la gente...” y, acto seguido, ella y la conductora insistieron sobre la importancia de realizar el trámite administrativo correspondiente. En el caso de Barbieri se dio una situación similar y la cronista deslizó una recomendación: “A ella (por Carmen) le ha salido bien y lo importante es, entonces, en esos casos, cortar la comunicación y tratar de ubicar al familiar...”. Finalmente, y aunque con un estilo propio, el columnista Jorge Pizarro insistió con la pregunta retórica: “¿Quién lo cuida?” para advertir sobre los desequilibrios en la salud de Diego Maradona.

Referencias bibliográficas

Cebrián Herreros, M. (2004). *La información en televisión*. Barcelona: Gedisa.

Farré, M. (2004). *El noticiero como mundo posible. Estrategias ficcionales en la información audiovisual*. Buenos Aires: La Crujía.

Martini, S. (2000). *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. Bogotá: Grupo Editorial Norma.

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

Referencias de medios audiovisuales

Telenuevo al mediodía [Programa de televisión]. (25 de junio de 2018). Buenos Aires: Canal 9. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=lkHAnOUoYH0>

Telenuevo al mediodía [Programa de televisión]. (26 de junio de 2018). Buenos Aires: Canal 9. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=E2tMZn1GIQ8>

Telenuevo al mediodía [Programa de televisión]. (27 de junio de 2018). Buenos Aires: Canal 9. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=RKwbBoU83vM>

El noticiero como en casa. Algunas reflexiones sobre información, entretenimiento y puesta en escena a partir de *El noticiero de la gente*

Ignacio Dobrée

Universidad Nacional de La Plata, Argentina.

A modo de introducción

Dentro de los discursos de lo real sobre soportes audiovisuales —es decir, aquellos sobre los cuales productores y audiencias acuerdan que se refieren a acontecimientos y situaciones del mundo empírico— el informativo televisivo sigue teniendo una importancia considerable en función de los recursos económicos, tecnológicos y humanos que pone en juego. Este caudal de elementos y trabajo se traduce en una compleja estructura productiva, periodicidad inquebrantable, posibilidades de acceso a espacios insospechados y de llegada a una cantidad de espectadores envidiable.

Llevado a un nivel más general, el reconocimiento de estas características ha permitido el desarrollo de una serie de profundos cuestionamientos a la televisión. Su modo de producción industrial, su inserción en los espacios domésticos, la supuesta necesidad de simplificar sus contenidos para garantizar una interpelación masiva, no solo han sido objeto de críticas de orden y rigor académico, sino también de una vasta serie de metáforas que circulan por los imaginarios sociales, atribuyéndole al medio un efecto degradador sobre el intelecto y un poder hipnótico sobre las audiencias como si se tratara de un mago de la literatura fantástica, entre tantas otras.

Sin embargo, su vigencia no se sostiene solo por todo lo que sucede en las instancias de produc-

ción, sino también porque, como plantea Omar Rincón (2006), “la televisión es la única estrategia de la gran mayoría de sectores sociales para acceder a un saber más socializado y necesario para enriquecer el mundo de la vida” (p. 177). Si bien la afirmación del autor colombiano debe ser relativizada al calor de los usos informativos a los que son sometidas las redes sociales y los grupos cerrados de mensajería telefónica —con posteos permanentes de registros audiovisuales que tematizan problemas y acontecimientos que en su gran mayoría quedan fuera de la agenda de los medios tradicionales por limitaciones de tiempo-espacio, de intereses enfrentados, o por una combinación de ambas—, la permanencia del informativo televisivo encuentra también su justificación en el hecho de que sigue siendo para muchas personas una forma legitimada de mantenerse al tanto sobre determinados aspectos de la realidad de la que participan y, en consecuencia, de suma importancia para sus vidas cotidianas.

La televisión se vuelve, por lo tanto, un fenómeno complejo en el que se dirimen permanentes negociaciones entre lo que propone, lo que se espera y lo que se hace con ella. En otras palabras, un espacio en donde la información como bien público y las estrategias comerciales que dominan el medio se solapan a veces y se alejan otras con las búsquedas de quienes la observan. Es necesario, entonces, continuar “interrogando a la pantalla, porque su acción es, sobre todo, política” en el sentido de que

forma parte de las condiciones de posibilidad del modo en que vivimos (Rincón, 2006: 167).

En este contexto, las líneas que siguen analizan las emisiones del mediodía del telediario *El noticiero de la gente* (Telefe) salidas al aire durante los primeros días de octubre 2018. Esta propuesta se sustenta en la idea de que el “mensaje emitido es el hecho analítico más importante de la televisión”, dado que permite “analizar estrategias y tácticas de negociación de sentidos, las lógicas de producción, emisión y consumo” (Rincón, 2006: 176).

El abordaje se desarrolla a partir de tres propósitos principales, separados en apartados con fines estrictamente analíticos, dado que su funcionamiento se presenta de manera articulada. Estos son:

- a) Identificar cómo se inserta el noticiero en un contexto de creciente hibridación entre los discursos del entretenimiento y la información.
- b) Identificar las modalidades de articulación entre el relato verbal, las imágenes y la puesta en escena.
- c) Reconocer, en el material emitido, los criterios de noticiabilidad aplicados para hacer de un acontecimiento una noticia.

Entretenimiento e información

En un contexto que profundiza la impureza propia de la televisión, tal como la caracteriza Rincón (2006), las formas contemporáneas que parece adoptar el discurso informativo en este medio es el de la hibridación entre información y entretenimiento, denominado por algunos autores como *infotainment* (Vilches, 1995; Álvarez Berciano, 1995) (Benassini, 1999).

Esta sinergia puede entenderse como el resultado de que la televisión esté “supeditando los valores clásicos de la información a otros intereses” (Cebrián Herreros, 2004: 17). En este sentido, la información es considerada cada vez más

como espectáculo y entretenimiento, al tiempo que se desalienta la presencia de elementos que contribuyan a comprender la realidad desde una lógica diferente, como pueden llegar a hacer ciertas formas de periodismo inscriptas en la categoría más general de la comunicación alternativa.

A fin de evitar posiciones que consideren la posibilidad de existencia de discursos objetivos que den cuenta de una manera directa de la realidad, es importante recordar que la espectacularización de la información no es equivalente a la manipulación, sino uno de los modos que adopta. La manipulación es inherente a todo discurso, del que el periodismo televisivo es una forma típica. El problema surge cuando la manipulación del discurso informativo en sus versiones hegemónicas (porque, recordemos, lo que aquí intentaremos analizar es un producto de Telefe) deja de estar mediada por códigos profesionales tan sencillos en algunos casos como el chequeo y el contraste de las fuentes —que tienden a apuntalar un tratamiento riguroso de la información—, y los principios pasan a estar principalmente controlados por criterios del orden de la forma que vuelvan a la información más liviana y llevadera.

Sin intención de idealizar el tratamiento que la información ha recibido en el pasado —siempre ligada a intereses políticos y económicos de clase—, es oportuno señalar con Cebrián Herreros (2004) que bajo las condiciones actuales la información es puesta al aire bajo la idea de que entretener al espectador permitirá ganar audiencias —y por lo tanto, porciones de mercado que la vuelvan más rentable—, antes que ofrecer una selección y contextualización de hechos mediante el aporte de datos corroborados y opiniones fundadas en argumentos y no en meros sentimientos individuales.

Ahora bien, cuando el informativo televisivo está articulado por el espectáculo como elemento principal apunta a promover la generación de sensaciones antes que una actitud descriptiva y analítica. Algo de esto pudo percibirse en *El noticiero de la gente* y su presentador principal, Nicolás Repetto, cuya trayectoria como animador-conductor fue sin duda la base sobre la cual se construyó su nuevo rol

de periodista.¹

Repetto es, antes que nada, un *entertainer*. Un jugador de medio campo que fue puesto ahí para jugar y hacer jugar, un pivot en el estudio por el que pasan todas las pelotas. Nada de emular a un anquilosado presentador de la vieja escuela, atornillado a la silla detrás de un escritorio que da pie a las noticias con gesto adusto. Repetto va, viene, se mueve por todo el estudio como un maestro de ceremonias que tiene previstos diferentes números para que la atención y el ánimo de la concurrencia no decaiga.

Esos pequeños shows preparados para darle un ritmo diferente a la emisión son las secciones especiales, que en *El noticiero de la gente* abundan. Allí Repetto encuentra su *partenaire* para lograr que las noticias no sean solo noticias, sino también la excusa para el encuentro dialogado entre los periodistas, la oportunidad preparada para romper el eje de la mirada presentador-espectador e incorporar a un tercero que contribuya a hacer de la situación un momento más distendido.

“El picadito de los lunes” es una sección a cargo del columnista deportivo Ramiro Pantorotto. Repetto suele caminar hacia la ambientación montada en otro espacio del estudio. Sentados en sillones individuales frente al televisor, repasan imágenes de detalles insólitos de acontecimientos deportivos sucedidos durante el fin de semana (Imagen 1). En algunos pasajes los espectadores observan a los periodistas observando. En otras, las imágenes que ellos ven se extienden a las pantallas de los espectadores, por lo que unos y otros ven lo mismo. Sobre esas imágenes, presentador y periodista hablan, comentan y opinan, haciendo a los espectadores observadores (y escuchas) no participantes de una experiencia cercana a un living hogareño.

Algo similar ocurre cuando pasan a la sección de espectáculos, en la que cada anuncio de noticia a cargo de la columnista Pilar Smith es la excusa para recordar anécdotas, hacer chistes y reírse. Y que ella lo tome frecuentemente del brazo cuando la presentación de la nota está por finalizar, en un gesto público de confianza y complicidad.

Imagen 1



Sección “El picadito de los lunes”.² Fuente: *El noticiero de la gente* (1 de octubre de 2018, bloque 3).

“El recreo” es una sección parecida al “Picadito de los lunes”, aunque en este caso armada a partir de videos domésticos tomados de internet que pueden representar situaciones inesperadas, divertidas y hasta peligrosas a veces. La sección es anunciada por altavoz por una periodista, acompañada de una placa, mientras Repetto recuerda que “si hay recreo, hay video”.

“Capturados por la cámara” es otra sección elaborada a partir de imágenes que en principio no tienen fines periodísticos, pero que insertas en el flujo informativo de la televisión son empleadas para dar cuenta de un acontecimiento. En este caso se trata de imágenes producidas por cámaras de seguridad que proveen el registro de acontecimientos caracterizados como delictivos (Imagen 2).

Imagen 2



Sección “Capturados por la cámara”. Fuente: *El noticiero de la gente* (1 de octubre de 2018, bloque 2).

Lo que aquí vale destacar es la manera en que estas secciones permiten pensar que la dimensión espectacular del tratamiento informativo no se limita a los recortes temáticos y a lo que muestran las imágenes, sino también a la puesta en escena que implica su presentación. El traslado permanente del presentador principal del noticiero de un lugar a otro del estudio para encontrarse con sus compañeras y compañeros, no solo contribuye a darle un carácter dinámico a la emisión, un ritmo acelerado, sino también a ubicar a los espectadores en una posición de cercanos testigos de una realidad que les es ofrecida por enunciadores que se emplazan en un incierto terreno configurado entre la profesionalidad y la complicidad de una conversación informal.

Aunque no deberíamos establecer de buenas a primeras una relación de causalidad directa entre esta modalidad de presentación de las noticias y su creciente espectacularización, es posible señalar algunas condiciones que permiten, al menos, elaborar algunas hipótesis que apunten en esa dirección.

Cebrián Herreros (2004) considera que cada canal de televisión define su mirada sobre la realidad a partir de una serie de procesos mediadores, entre los que se encuentran los géneros dialógicos que se establecen para que las fuentes de información o de opinión puedan hacer públicos sus conocimientos e ideas.³ Esta posición de Cebrián Herreros se limita a considerar lo que sucede hacia el interior de la noticia televisiva, es decir, pensándola de algún modo como un enunciado cerrado, casi autónomo. Tomando como base de partida los aportes del autor, es preciso reconocer también los géneros dialógicos que constituyen la serie discursiva en la que la noticia se inserta y con los cuales mantiene relaciones del orden de la producción de sentido. Se trata, en definitiva, de considerar lo que constituye el paratexto de los enunciados informativos televisivos entendido en los términos propuestos para los textos literarios por Gerard Genette (1989). Para el autor francés, esta modalidad de las relaciones transtextuales se conforma por todos los elementos variables que procuran un entorno al texto y es “uno de los lugares privilegiados de la dimensión pragmática de la obra, es decir, de su acción sobre el lector” (p. 12).

Un ejemplo, entre muchos posibles, para dar cuenta de la manera en que el recurso a géneros dialógicos menos estructurados contribuye en este caso a disminuir el rigor en el tratamiento de la noticia. En la emisión del 1° de octubre de 2018, Nicolás Repetto anuncia el fallo de la Corte de la Haya a favor de Chile, con relación al reclamo por parte Bolivia por una salida al mar. Las imágenes de los jueces leyendo el fallo son de agencia y el presentador habla sobre ellas, ofreciendo datos sobre la Guerra del Pacífico, conflicto en el que Bolivia perdió su salida al océano Pacífico. En ese intento de contextualización, Repetto dice “también creo que estaba Perú involucrado en esa guerra”. Rápidamente, su compañera presentadora ratifica ese dato que Repetto cree. El punto aquí es señalar como el *creo* de Repetto modeliza su enunciado. De acuerdo al análisis que realiza Eliseo Verón (1985) de las modalidades enunciativas que definen el contrato de lectura, la variante utilizada por Repetto presenta esa información como una creencia que recae en quien habla y no como un dato de la realidad. Diferente habría sido, por ejemplo, si hubiese dicho algo así como *Perú también estuvo involucrado en esa guerra*, ya que en este caso la información hubiese sido presentada como una verdad que no admite matices y, por lo tanto, plausible de ser sometida a un juicio de rigurosidad periodística susceptible de ser declarada como verdadera o falsa. Pero es muy difícil hacer lo mismo con una creencia, dado que la creencia es verdadera por el solo hecho de que alguien la sostiene, más allá de su contenido. Cuando se afirma algo sobre algo es posible someter esa aserción a una prueba de veracidad, pero creer en algo (más allá de que el objeto de la creencia sea verdadero o no) no es un caso equivalente. Cuando esto sucede en el contexto de un informativo televisivo, su efecto más previsible es la merma en el rigor profesional.

Hay dos secciones que se diferencian de las hasta ahora descritas y merecen un comentario aparte. Una de ellas es “Secuelas”, que aborda la vida de personas vinculadas a casos policiales, una vez que estos han sido resueltos o han perdido la atención de los medios masivos de comunicación. La sección está a cargo del columnista de policiales Augusto Telias y es presentada como una suerte de

bloque especial: tiene su propia presentación, con nombres de los entrevistados, del entrevistador y un título propio.⁴ La sección adopta la forma de un microprograma, con recursos de edición digital, empleo de imágenes de archivo y otras especialmente producidas para la ocasión.

La restante sección que rompe un poco con la dinámica del noticiero es la de los informes especiales. Lo hace en función de su mayor duración y un abordaje que intenta dar cuenta de la complejidad de los problemas presentados. En este caso, la producción es más elaborada y el criterio de noticiabilidad aplicado está más cercano a la importancia y gravedad de los acontecimientos, dado que se tratan temas que tienen incidencia directa en la vida de la mayoría de las personas. Son aquellos temas que habitualmente son reconocidos como de *interés general*.⁵ El informe especial recurre a voces en *off*, imágenes ilustrativas con filtros, banda sonora que orienta la interpretación y entrevistas a personajes que representan diferentes posiciones frente al problema planteado.

En estos casos, se hace evidente la búsqueda de una cierta solemnidad en el tratamiento para intentar compensar los abordajes más descontracturados de las otras noticias. Aquí también, parecen decir, hay momentos de seriedad.

Entre lo verbal, las imágenes y la puesta en escena

El discurso informativo que construye *El noticiero de la gente* lejos está de poder ser abordado exclusivamente desde sus configuraciones lingüísticas, dado que en todo momento el relato verbal se articula con las imágenes y la puesta en escena. Estos aspectos serán los que intentaremos analizar en este apartado.

Como punto de partida es oportuno recordar que el tipo de televisión en el que se inscribe *El noticiero de la gente* se rige por el principio de que siempre tiene que mostrar algo, lo que sea, una

situación que “convierte en un imperativo el hecho de tener siempre imágenes de todo lo que se habla (Sartori, s/d)” (Cebrián Herreros, 2004:20). Esto lleva a definir una tendencia a evitar determinados tratamientos de la noticia que implicarían, por ejemplo, diálogos más extensos y profundos o argumentaciones más complejas que permitan contextualizar los acontecimientos. Si hablamos de tendencia tiene como objetivo no anular la presencia de abordajes más elaborados, aunque aparezcan siempre como una suerte de microrrelatos autónomos, bajo la forma de las secciones especiales que ya hemos mencionado.

Uno de los recursos visuales empleados con mayor recurrencia es el de la multiplicación de pantallas (Imagen 3). Este consiste en colocar hacia el interior de la pantalla principal otras pantallas individualizadas por sus propios marcos, que exhiben diferentes imágenes. El recurso tiene antecedentes reconocibles en la pintura a través del uso de espejos —por ejemplo, en *El matrimonio Arnolfini* (1434, Jan Van Eyck)— y también en el cine, en donde suele usarse con fines tan diversos como representar acciones simultáneas que se producen en espacios distantes uno del otro u ofrecer al mismo tiempo diferentes puntos de vista sobre una misma acción, como suele hacerse en registros de recitales de música.

Imagen 3



Multiplicación de pantallas. Simultaneidad temporal de espacios distantes. Fuente: *El noticiero de la gente* (1 de octubre de 2018, bloque 1).

En *El noticiero de la gente* es utilizado con mayor

frecuencia para poder conectar en simultáneo el espacio del estudio con el lugar en el que se encuentre el moviero o la moviera que cubre la noticia que se está presentando. De este modo, se puede mantener a la vista de toda la audiencia un diálogo entre los periodistas emplazados en espacios distantes uno del otro. También se puede sumar, eventualmente, alguna persona que sea entrevistada.

El recurso de multiplicación de pantallas adopta también otros usos cuando la imagen que se emite no es la del presentador en el estudio ni la del o la periodista en el lugar de los acontecimientos, sino una secuencia de fotografías o registros de video digital alusivos al tema sobre el que se está informando. A veces las pantallas pueden ser dos, a veces pueden ser tres. Cuando son dos, es habitual que en una permanezca el o la periodista en la unidad móvil y en la otra se expongan las imágenes alusivas. Cuando son tres, se suma la imagen del presentador en el estudio. En estos casos, las imágenes de archivo empleadas suelen funcionar como pruebas visuales de la orientación valorativa que adquiere el relato en la voz de los periodistas.

El empleo de la multiplicación de pantallas no se limita a los momentos en los que hay conexión en directo con el móvil, sino también se hace presente en numerosas ocasiones en el estudio. En este caso, no son el resultado de una operación técnica que las añada desde la sala de edición, sino que responde a pantallas gigantes que, ubicadas verticalmente sobre el fondo, forman parte del decorado. En algunos casos, las imágenes que allí se muestran sirven como transición a lo que se verá en la pantalla de los espectadores; es decir, lo que ahí se ve se traslada por fundido a lo que se emite en las pantallas hogareñas. En otros cumplen fines meramente decorativos, como si de una música de fondo se tratara, como cuando desde una pantalla ubicada de forma horizontal en el piso se acompaña una entrevista en el estudio realizada a un personaje en particular.

Entre estos usos diferentes, los casos más interesantes se presentan cuando las imágenes de las pantallas en estudio sirven como soporte al relato de los o las periodistas, dado que las utilizan

para poder argumentar sus opiniones y puntos de vista en relación con el tema que se está tratando. En estas ocasiones, los y las periodistas muestran, señalan, indican a la audiencia qué es lo que tienen que ver con el objeto de orientar su interpretación sobre los acontecimientos representados. Parecen, salvando las distancias, personajes de *Minorityreport* (2002, Steven Spielberg), operando sobre grandes pantallas táctiles. Aquí la relación no se da solamente entre el relato verbal y las imágenes, sino que también son los cuerpos y los gestos de las y los periodistas los que interactúan con ellas de una manera que no se replica en los otros casos descriptos (Imagen 4).

Imagen 4



Multiplicación de pantallas. Decorado e interacción corporal. Fuente: *El noticiero de la gente* (1 de octubre de 2018, bloque 1).

Otro aspecto que puede ser observado respecto a la articulación entre el relato verbal de las noticias, la puesta en escena y las imágenes se relaciona con las características de esas imágenes que vienen a representar los acontecimientos referidos. Hemos dicho que en su gran mayoría consisten en fotografías o registros de video digital, por lo que no son producción original del noticiero. Lo que aquí encontramos reside en fotografías domésticas, de archivos, de actuaciones policiales y judiciales que son presentadas con tenues desplazamientos laterales en una u otra dirección o a las que se les aplica, también de forma sutil, efectos de zoom. También es recurrente el empleo de secuencias cortas de video digital, cuya procedencia no siempre se explicita, pero que se presume fueron registradas por cámaras de seguridad o con cámaras de calidad

variable incorporadas a teléfonos celulares. Imágenes nocturnas de una escena del crimen aparentemente registradas por el celular de un policía, videos tomados de internet de un conocido futbolista retirado manejando con su hijo pequeño en la falda, la edición del discurso de egresadas de un colegio secundario que denuncian abusos tomada por un o una asistente al acto de colación, son solo algunos de los ejemplos que abundan en este sentido.

Este es un punto importante porque consideramos que la perspectiva que el noticiero adopta con relación a los acontecimientos noticiosos encuentra en esta característica su más firme herramienta de legitimación.

Como plantea Cebrián Herreros (2004), el mero acto de ver no implica comprender lo que se está viendo, pero tampoco hay que restringir la interpretación a un acto exclusivamente del orden de lo racional. La presentación de las imágenes bajo esta forma contribuye a promover en las instancias de recepción lo que Jean-Pierre Esquenazi (2014) ha denominado el régimen de interpretación indicial, que consiste en atribuir a la imagen una relación directa con su objeto y que, por lo tanto, constituye una representación de una parte de lo real. Una condición fundamental para que la imagen sea interpretada de esta manera “atañe al autor de la imagen: debemos estimar que aquel a quien atribuimos la responsabilidad de su fabricación fue primero testigo del campo de la realidad de que se trata” (p. 162), sea una persona o una máquina de registro que hacia allí apuntaba (Imagen 5).

Imagen 5



La imagen testigo. Fuente: *El noticiero de la gente* (1 de octubre de 2018, bloque 2).

Al ser las imágenes exhibidas producidas por terceros, testigos ocasionales, acaso involuntarios en muchos de los casos, el noticiero tiende a invisibilizar el carácter mediado de su puesta al aire; en otras palabras, parecería que no se lo puede acusar de manipulación porque las imágenes han sido generadas por otros que solo se dedicaron a registrar los acontecimientos sin ninguna intención oculta. Es cierto que el problema es mucho más complejo, y que trasciende las intenciones del productor hasta alcanzar los debates en torno a la dimensión significativa de los dispositivos de registro, pero lo que acá queremos remarcar es una idea sobre cuáles son los efectos posibles que tiene la presentación de estas imágenes, en el plano de la recepción, sobre la atribución de veracidad por parte de las audiencias (y en este sentido, la frecuente baja resolución de estas imágenes conforma un valor añadido).

De este modo, las imágenes no solo funcionan como unidad narrativa del discurso informativo, sino también son presentadas como pruebas audiovisuales provistas por terceros constituyéndose de ese modo en uno de los argumentos fundamentales sobre los cuales se construye el propio discurso. Este aspecto viene a reforzar el título del noticiero, que además de ser *El noticiero de la gente* porque sus temas son los que supuestamente interesan a sus espectadores, también se erige como tal porque con frecuencia las imágenes que allí se muestran provienen de fuentes identificadas con los propios espectadores —como aquellas obtenidas de internet o grabaciones familiares—, o que representan la realidad desde una supuesta posición neutra como sucede con los registros de las cámaras de seguridad. Tal como señala Stella Martini (2004), la credibilidad de una noticia descansa con mayor frecuencia en la fuente emisora antes que en la propia verosimilitud del acontecimiento, “por lo que un suceso poco verosímil puede legitimarse si la fuente goza de reconocimiento público” (p. 96).

Frente a lo dicho, es posible afirmar que la discutible objetividad inherente de la que gozan las tecnologías de registro y las situaciones supuestamente inmotivadas en las que se producen las imágenes emitidas resultan, por lo tanto, las caracterís-

ticas principales a las que apela el noticiero de Telefe para presentarse como un discurso que, aun cuando aspira a cumplir con su vocación informativa, lo hace a partir de una serie de estrategias que lo ubican en el espacio simbólico de lo familiar y cotidiano.

Del acontecimiento a la noticia

Un acontecimiento no es en sí mismo una noticia, sino una mera posibilidad de que termine siéndolo. Para que un acontecimiento se transforme en una noticia debe atravesar un proceso en el que se articulan tres instancias: la selección de la información, mediante el reconocimiento de los valores que lo hacen noticiable; su conexión a las fuentes, la verificación, ampliación, contextualización e interpretación de esa información, que definen sus condiciones de enunciación; y finalmente las funciones que adopta para su desarrollo narrativo. Mientras que los dos primeros puntos han sido señalados por Stella Martini (2004), el tercero proviene de los aportes de Omar Rincón (2006), para quien las formas actuales del relato informativo televisivo se sustentan en el conflicto como elemento primordial en el impulso de la narración.

Como sostiene Cebrián Herreros (2004), “ante la rica y compleja realidad de la sociedad solo unos cuantos hechos son susceptibles de convertirse en noticia” (p. 19).

Es justo decir que no es posible en este trabajo realizar un análisis pormenorizado de los criterios de noticiabilidad concretamente aplicados en cada noticia emitida durante el período abordado. No obstante, estamos en condiciones de observar ciertas recurrencias que nos permiten, al menos, señalar algunas puertas de entrada al problema.

A lo largo de las emisiones contempladas es posible identificar un conjunto de noticias que se construyen principalmente a partir del criterio señalado por Martini (2004) como “originalidad, imprevisibilidad e ineditismo” (p. 90). Se trata de noticias que se inscriben dentro de temáticas que van de lo

policial a lo judicial y que, por lo tanto, apelan a ciertas sensaciones vinculadas a la inquietud en función de su imprevisibilidad. En este sentido, estos hechos que se presentan de manera imprevista *operan con fuerza en los imaginarios sociales*, al tiempo que “propician el surgimiento de significaciones asociadas a la inseguridad y amenaza” (Martini, 2004: 91). El asesinato de un conductor a manos de un prefecto en una estación de peaje, un automovilista acuchillado después de atropellar a un peatón en una autopista a la altura de Campana, el robo exprés de un auto registrado por una cámara de seguridad, el ataque a un vehículo utilizado para brindar transporte gestionado por la aplicación Uber, son solo algunos de los ejemplos entre los muchos acontecimientos que alcanzan el estatuto de noticia en *El noticiero de la gente*.

En este aspecto, es posible resaltar que la selección temática observada durante el período se inclina por los acontecimientos de orden policial o jurídico, recortados sobre la gran categoría de la *seguridad*. Las noticias a las que se les otorga la importancia que las haga dignas de un móvil son, habitualmente, de este tipo. A los ejemplos mencionados en el párrafo anterior se pueden agregar otros como el intento de robo de un cajero automático con explosivos, la pelea entre un conductor particular y el chofer de colectivos tras un choque y el asesinato de una persona durante un robo en su domicilio. Aunque la agenda del noticiero no se conforma únicamente con noticias vinculadas a la seguridad, la mayoría de las restantes son relegadas a integrar paquetes de tratamiento breve.

Ahora bien, los valores noticia de un acontecimiento “son cualidades significativas que construyen su *relevancia*”, pero no debe tomárselos en términos absolutos, sino más bien relativos (Martini, 2004: 88). Esto puede observarse, por ejemplo, con relación al criterio de *novedad*, que consiste en la ya clásica idea de que un acontecimiento puede volverse noticia en tanto sea un caso de variación del sistema. Esta idea puede ejemplificarse a partir de lo que sucede en *El noticiero de la gente*, dado que la insistente selección de acontecimientos policiales/judiciales como objeto de noticia ocasionan que

en esos mismos acontecimientos se vea reducida la presencia del valor *novedad*. No pueden generar ruptura del sistema por la recurrencia de casos afines unos con otros, por lo que la *novedad* parece ser reemplazada por la idea de actualidad, es decir, por el hecho de haber ocurrido lo más cerca posible del presente.

Otro aspecto que es posible señalar en este apartado es la modificación que el propio concepto de información ha sufrido en el periodismo televisivo actual. En este sentido, la velocidad expositiva que se le demanda a la televisión y la escasez de tiempo a la que se somete a cada noticia lleva a su simplificación extrema, “a elegir los rasgos representativos o llamativos y a eliminar lo demás” (Cebrián Herberos, 2004: 20). El valor de la información consiste entonces en su condición de inmediata y en la forma sintética en que se la comunica. En *El noticiero de la gente* este rasgo está presente en los paquetes de noticias breves que se ofrecen regularmente a lo largo de cada emisión. En estos casos, las y los periodistas recorren entre lectura, comentarios y opiniones expeditivas una serie de noticias acompañadas por imágenes ilustrativas, muchas veces de archivo. Aquí no hay lugar para la contextualización y el análisis profundo, tampoco para las entrevistas a voces legitimadas, son noticias presentadas bajo la forma de un brevísimo panorama informativo en las que se permite, no obstante, alguna inflexión bajo la forma del comentario al paso. Aumento en el precio de los combustibles, campañas de vacunación, aumento de peaje, liberación de una ballena varada, aumentos de ABL y cierre del puente sobre avenida Juan B. Justo, todo puede ingresar aquí siempre que se amolde a los tiempos ajustados y la mención de superficie.

Un último punto por señalar está vinculado al conflicto como el elemento al que se apela de manera habitual para lograr el desarrollo narrativo de la noticia. En este sentido, la televisión trabaja sobre fórmulas narrativas reconocidas por la audiencia, sobre las cuales se realizan nuevas combinaciones que permiten introducir rasgos de novedad e incertidumbre que justifiquen su selección y transmisión (Rincón, 2006). De acuerdo al autor colombiano,

estos arquetipos “dan forma a los grandes mitos del hombre, a los grandes conflictos, a la lucha entre el bien y el mal”, que en *El noticiero de la gente* se traduce en una fórmula binaria repetida de ellos (los delincuentes) contra nosotros (los ciudadanos) (p. 183). Nuevamente, aunque presentemos unos pocos, los ejemplos abundan. En la sección “Capturados por la cámara” del 1º de octubre de 2018, Repetto anticipa que “tendremos la suerte de ver que los capturados por la cámara fueron capturados”, mientras que el columnista de policiales Augusto Telias festeja al decir “¡capturados por la cámara y capturados por la policía, tres hurras!”. Al día siguiente, la noticia de un ladrón retenido tras volcar un auto robado mientras intentaba huir, cuyas imágenes fueron grabadas presumiblemente por un testigo, despierta el comentario de “esperemos que no pueda salir a la calle a robarle a nadie más nuevamente”.

Reflexiones finales

Sería hasta cierto punto injusto reclamarles a los noticieros televisivos que se desentiendan de toda aspiración a seducir a su audiencia. El tono serio y la austeridad en la puesta en escena tampoco son garantías automáticas de calidad de información. El problema surge cuando el noticiero solo quiere ser entretenido y se olvida de algunas responsabilidades que debería asumir sin que nadie se las recuerde, como la necesidad de tratamiento riguroso de la información que hemos mencionado.

El noticiero de la gente parece inscribirse en esta tendencia, justificando su posición en una serie de elecciones temáticas y formales que según parece —aunque sería difícil asegurarlo— estarían en sintonía con las demandas de ese colectivo tan ambiguo denominado *la gente*. Sin embargo, este dato abre también un frente de reflexión crítica que no debe ser desestimado. ¿Quién es esa gente que parece identificarse con este noticiero? ¿Es papel del periodismo —televisivo o cualquier otro— someterse plenamente a las exigencias de su audiencia? ¿Tiene que decirle y mostrarle siempre lo que quiere oír y ver?

El noticiero de la gente no es de la gente, es de Telefe, eso está claro. Ahora, gran parte de sus recursos, sus referencias constantes a la audiencia, a sus supuestas demandas y necesidades, y muchas de sus decisiones formales también apuntan a construir un tipo de vínculo con sus espectadores que permita ubicarlos en una posición de familiaridad, de cercanía. No solo son los temas que trata, sino también el recurso frecuente a las imágenes de baja resolución producidas por terceros que propone

una suerte de identificación con ese colectivo anónimo. El movimiento permanente del principal presentador de noticias y los modos en los que se relaciona con sus compañeras y compañeros tampoco son ajenos a esta caracterización, puesto que parece proponer a los espectadores sentirse ya no como observadores de imágenes provenientes de un estudio de televisión, sino de los diferentes ambientes de una casa a la que han sido invitados.

Notas

¹ En el momento de revisar este texto, Repetto había sido reemplazado por Germán Paoloski. Esperamos que este escrito pueda contribuir no solo a la descripción de un determinado momento del noticiero, sino también a futuros estudios comparativos entre diferentes períodos.

² Todas las imágenes corresponden a la emisión de *El noticiero de la gente* del 1/10/2018, capturadas el 19/11/2018.

³ Los restantes procesos mediadores señalados por Cebrián Herreros corresponden a las expresiones y testimonios de cómo lo ve el canal con su carga ideológica y a los relatos referenciales en sus diferentes formas.

⁴ En la emisión de “Secuelas” del 1/10/2018 se abordó el caso del asesinato de Ángeles Rawson, focalizada en la figura de su madre, bajo el título “Mumi nunca llegó”.

⁵ En la emisión del 3/10/2018, el tema presentado fue “inducción a la cesárea”.

Referencias bibliográficas

Benassini, C. (1999). La televerdad: un nuevo género ¿informativo? *Diálogos de la comunicación*, 55.

Cebrián Herreros, M. (2004). *La información en televisión. Obsesión mercantil y política*. Barcelona: Gedisa.

Esquenazi, J.P. (2014). Un abordaje cultural de las imágenes. En R. Gardies (comp.). *Comprender el cine y las imágenes* (pp. 155-187). Buenos Aires: La marca editora.

Genette, G. (1989). *Palimpsestos. La literatura en segundo grado*. Madrid: Taurus.

Martini, S. (2004). *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. Bogotá: Norma.

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

Verón, E. (1985). El análisis del ‘contrato de lectura’. Un nuevo método para los estudios del posicionamiento de los soportes de los media. *Les medias: expériences, recherches actuelles, applications*. París: IREP.

Referencias de medios audiovisuales

El noticiero de la gente [Programa de televisión] (octubre de 2018). Buenos Aires: Canal Telefe. Sitio web <https://telefenoticias.com.ar/noticiero-de-la-gente>

El noticiero de la gente [Programa de televisión] (1 de octubre de 2018). Bloque 1. Buenos Aires: Canal Telefe. Recuperado de: <https://telefenoticias.com.ar/noticieros/el-noticiero-de-la-gente-bloque-1-01102018/>

El noticiero de la gente [Programa de televisión] (1 de octubre de 2018). Bloque 2. Buenos Aires: Canal Telefe. Recuperado de: <https://telefenoticias.com.ar/noticieros/el-noticiero-de-la-gente-bloque-2-01102018>

El noticiero de la gente [Programa de televisión] (1 de octubre de 2018). Bloque 3. Buenos Aires: Canal Telefe. Recuperado de: <https://telefenoticias.com.ar/noticieros/el-noticiero-de-la-gente-bloque-3-01102018>

Matías Petrini

Universidad Nacional del Centro
de la Provincia de Buenos Aires, Argentina.

La construcción televisiva de la realidad social: recursos narrativos y criterios de noticiabilidad en *Telefe Noticias*

Omar Rincón (2006) sostuvo que “la televisión se ha legitimado y se ha impuesto como medio de comunicación central de la sociedad (...) es el lugar donde la mayoría de la sociedad se informa y construye un relato sobre la realidad” (p. 170). Ahora bien, en un contexto caracterizado por la omnipresencia de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (NTIC), la ineludible proliferación de internet y un espectador cada vez más informado y participativo... ¿la televisión aún conserva el lugar al que refiere Rincón? Es innegable que la universalización, masificación, democratización y apropiación de dispositivos de registro y procesamiento de imágenes y la presencia de un amplio abanico de redes sociales posibilitan un acceso simple, ágil e instantáneo a la información, mediante diversos canales y formatos, llevando al extremo el concepto de ubicuidad. No obstante, en este entorno cada vez más dinámico e interactivo que implica un proceso de reconfiguración del panorama de medios y las relaciones de estos con el público, la televisión continúa formando parte de nuestra cotidianeidad. Está presente en los hogares, en espacios públicos, en la palma de la mano y por su carácter masivo ocupa un lugar destacado en la era actual de las comunicaciones. Desde hace más de sesenta años que no se limita a entretener, emocionar o sensibilizar, sino que, además, atiende a la coyuntura social como agente informativo que transmite las imágenes que quedan impregnadas en la *retina social*. En virtud de lo hasta aquí expuesto, resulta pertinente subrayar que la televisión es formadora de opinión

mediante el establecimiento de temáticas en la *agenda* cotidiana y brinda una ilusión de *legitimidad* a la audiencia.

El discurso televisivo, así como también la realidad que pretende representar, es una construcción que ejerce una influencia directa en la sociedad y en el modo en que los espectadores perciben esa realidad que se presenta ante sus ojos y se pone en circulación. En este sentido, Mariano Cebrián Herreros (2004) afirma que “la televisión construye una realidad informativa a partir de los hechos ocurridos en la sociedad. No inventa la realidad como en la ficción, sino que la interpreta con sus condicionantes, intereses y objetivos” (p. 15). Sus imágenes presentan una visión del mundo, una forma de comprender la realidad, unos valores e ideales sobre los cuales tamizamos nuestra cotidianeidad y en los que basamos muchas de nuestras decisiones, maneras de actuar y opinar. Arlindo Machado (2015) postula que “la televisión no se limita a una emisión, sino que consiste en un flujo ininterrumpido de imágenes y sonidos que se desarrollan diariamente frente a nuestros ojos y oídos, y genera un proceso donde el espectador puede (...) formar una opinión” (p. 262). Se trata, entonces, de un servicio de interés público que actúa como mediador entre la realidad y la audiencia, en tanto supone la construcción informativa de la *realidad social* sobre un soporte comunicacional que difunde sentido sobre el mundo.

De este modo, los noticieros y programas periodísticos dan respuesta a la avidez de conocimiento de los espectadores acerca de lo que está sucediendo y mediante diversos criterios de noticiabilidad establecen la *agenda social* cotidiana. Roger Silverstone (1994) menciona al respecto: “...the audience’s ability to learn and to reproduce what they see on television news, and thereby its functions as an agenda-setting médium...” (p. 182).¹ Este efecto se manifiesta en la capacidad de generar conversación y debate entre los espectadores.

La capacidad legitimadora del medio está dada por la contundencia de su principal recurso: las imágenes. Ellas reúnen “el escenario con los personajes (actores del hecho), los testimonios y hasta las consecuencias. La cámara es testigo y lleva la escena hasta la audiencia (...) permite la presencia —virtual— en el lugar” (Martini, 2000:24). El espectador, consciente de la contundencia de las imágenes —y el proceso de *gatekeeping/newsmaking*—, regresa a la pantalla televisiva toda vez que intenta validar un dato obtenido por otro medio o vía de comunicación, en un panorama cada vez más poblado por *fakenews*² que adquieren una rápida *viralización* a partir de la densificación de los flujos informativos. Asimismo, para un importante número de sectores sociales, se ha convertido en la única vía de acceso a la información o a saberes más socializados.

Por otra parte, la información comunicada en el flujo televisivo se caracteriza por:

- a) La inmediatez, que imprime un carácter efímero y vertiginoso al tratamiento de cada noticia.
- b) La reiteración, aquellas imágenes que revisiten gran interés suelen ser replicadas de manera insistente por otros canales o dentro del mismo programa televisivo.
- c) La segmentación, los datos son clasificados de acuerdo a géneros o categorías temáticas.
- d) La espectacularización y la metacomunicación.

Estas particularidades contribuyen a la definición de

la televisión como un proceso en curso, dado que buena parte del material es emitido *en vivo* o con una diferencia mínima entre el tiempo de grabación y emisión. La audiencia se constituye, entonces, como un agente activo. En *Análisis de la televisión* Casetti y di Chio (1997) advierten:

... el texto no entrega al destinatario un sentido definido y realizado, sino que le facilita una propuesta para que la interprete. El significado del texto nace, pues, de la confrontación entre dicho texto y su destinatario; una confrontación que desemboca en una negociación de sentido propiamente dicha (p. 299).

El espectador televisivo se involucra participativamente en la construcción de las noticias a través de un *feedback* constante en las redes sociales que comprende, incluso, aquellas imágenes de la realidad que lo circunda, que él mismo registra y comparte. Jesús Martín-Barbero (2008) refiere a una “nueva concepción de la comunicación, donde no hay emisor ni receptor porque, en muchos sentidos, cualquier emisor es a la vez receptor, y cualquier receptor tiene la posibilidad de ser emisor” (p. 16).

Por lo hasta aquí expuesto, mediante el presente trabajo se pretenden relevar los criterios de noticiabilidad por los que un acontecimiento se transforma en noticia, como también indagar, analizar y reflexionar acerca de los recursos narrativos y audiovisuales que articulan su construcción y sobre los que se sustenta la producción de la información en la televisión de aire en Argentina. Para tal fin se estudiará el caso de *Telefe Noticias*, aplicando los conceptos introducidos por Stella Martini (2000) en *Periodismo, noticia y noticiabilidad* en un corpus audiovisual comprendido por tres emisiones del noticiero correspondientes a los días 2 de febrero, 8 de agosto y 6 de septiembre de 2018. Este recorte da cuenta de las particularidades que puede adoptar cada envío en el abordaje y tratamiento de la información, aun cuando en suma responden a las características rectoras del programa. Cada caso se destaca por ciertos rasgos de unicidad, que se desarrollarán oportunamente y permitirán enriquecer el análisis.

Periodismo con identidad propia

Aunque la primera emisión de *Telefe Noticias* se realizó en marzo de 1990 como reemplazo del periodístico *La noticia* —luego de la privatización y el cambio de nombre de Canal 11 a Telefe—, su primer antecedente fue el informativo *El mundo al vuelo* que data del año 1961. Conforme transcurrieron los años el ciclo periodístico fue evolucionando hasta adoptar su formato, estructura, horario e imagen actual.

En septiembre de 2017, *Telefe Noticias* realizó cambios radicales en la forma y el contenido de todas sus ediciones con el objetivo de adaptarse a los tiempos que corren y dar respuesta a una nueva etapa en la producción de noticias, dominada principalmente por la hiperinformación y un espectador con mayores posibilidades de acceso a esta como también a estímulos que intentan captar su atención. Dicha transformación se tradujo en nuevas incorporaciones en la conducción de algunos envíos y dentro del equipo periodístico; un *rebranding* de la imagen institucional que significó la renovación de los elementos gráficos en pantalla y las animaciones, con una estética simple, colorida y moderna; la construcción de una nueva escenografía en la que predominan las pantallas como un mecanismo para dinamizar la puesta en escena y permitir que los conductores abandonen el clásico escritorio e interactúen con la información y también para visibilizar la introducción de la tecnología como herramienta fundamental en la tarea periodística, entre otras cuestiones. Pero, sin duda, la innovación más evidente fue el cambio de nombre de tres de las cuatro ediciones.

Baires Directo, la edición matutina, fue reemplazada por *#BuenTelefe*³ (adaptándose según el día de la semana bajo la denominación *#BuenLunes*, *#BuenMartes*, *#BuenMiércoles*, *#BuenJueves* o *#BuenViernes*) con la conducción de Adrián Puente. *Telefe Noticias a las 13* hizo lo propio al convertirse en *El noticiero de la gente*, incorporando al formato periodístico algunas secciones propias del *magazine* y un nuevo conductor: Nicolás Repetto,⁴ secundado por Milva Castellini y Érica Fontana.

Diario de medianoche se transformó en *Staff de noticias*, un noticiero breve que repasa los sucesos del día con un lenguaje más informal, una estética descontracturada y está a cargo de Gisela Busaniche y Nacho Girón. La edición central *Telefe Noticias* fue la única que solamente modificó su gráfica en concordancia con el resto de los envíos, manteniendo a sus históricos conductores: Rodolfo Barili y Cristina Pérez.

La gerencia de noticias, responsable de implementar la estrategia editorial del canal y definir los contenidos para todos los productos periodísticos, se encuentra bajo la dirección de Roberto Mayo desde abril de 2017, luego de que Viacom International Media Networks⁵ concretara la adquisición de Telefe.

Pese a que el tratamiento de la información y los recursos audiovisuales se adaptan según la relevancia y densidad significativa de las noticias en curso, es posible establecer ciertos patrones que estructuran la manera en que *Telefe Noticias* construye la información, la emplaza y pone en circulación. Cada emisión suele dividirse en tres bloques⁶ que oscilan entre los cincuenta y cinco a sesenta minutos, diez a quince minutos y veinte a treinta minutos, respectivamente. La dupla a cargo de la conducción constituye una excepción a la observación realizada por Martini (2000), con relación a que “sus roles se construyen como una suerte de estereotipo de género y de relaciones entre los dos sexos, el hombre pone la nota de reflexión y la mujer habla desde el supuesto «sentido común» femenino” (p. 24). Los diálogos entre los conductores se transforman en una mixtura de voces que construyen las noticias a través del discurso, en el que cada aporte posee el mismo peso, es fundamental en tanto complementa la información y elabora una interpretación de esas *imágenes del presente social* a las que refiere Gomis (Martini, 2000).

El aprovechamiento de los códigos lingüísticos, el metalenguaje (prosodia, acentuación, modulación, inflexiones en la voz, gestos) y los distintos recursos que conforman el lenguaje audiovisual (variación constante de planos con la finalidad de

otorgar dinamismo y movimiento interno a cada noticia; uso de distintas angulaciones de cámara para destacar algún aspecto del acontecimiento abordado; música incidental como una herramienta para reforzar el dramatismo de un suceso determinado; voz en *off*; ralentización de las imágenes dentro de un montaje sincopado; zócalo en pantalla, entre otros), contribuyen en el proceso de editorialización y en la construcción de comentarios y conclusiones. Todo ello es aprovechado en *Telefe Noticias* para generar una atmósfera que enfatiza los hechos y contribuye a la espectacularización que se complementa con factores de la realidad propiamente dicha: persecuciones, corridas, lágrimas y emociones de los protagonistas, sucesos violentos. Como sugiere Cebrián Herreros (2004) “existe una espectacularidad intrínseca en el hecho seleccionado —en gran parte se elige por esta razón— y, además, una espectacularidad externa que incorpora el canal televisivo” (p. 21).

Algunas características adicionales e identificables como *marcas propias* del noticiero de Telefe son:

- a) El *adelanto* o *venta* de las noticias, de manera reiterada dentro de una misma emisión, mediante micros-audiovisuales con estéticas particulares que funcionan como *teasers* de la información que sigue y constituyen un mecanismo para mantener la atención del espectador que espera la revelación de ese suceso.
- b) La distribución de las noticias en cada bloque no está enlazada por su clasificación temática o género informativo, puede ser interrumpida por sucesos de *último momento*.
- c) La constante interacción con las pantallas que forman parte de la escenografía y son, en muchos casos, la principal fuente de imagen (las infografías no se emiten a pantalla completa, sino que permanecen a un costado del conductor que se acerca o aleja y las señala según el acontecer de lo que está relatando).
- d) La característica frase con la que Rodolfo Barili se despide al término de cada emisión: “Así están las cosas país y se las hemos contado”, convertida en un *leitmotiv* que intenta

legitimar “su oferta como «real»” y afianzar en el espectador la idea de que todo lo que sucede le es informado (Martini, 2000: 1).

Una imagen vale más que mil palabras

Como señala Martini (2000), “(...) lo que no alcanzan a describir las palabras lo muestran las imágenes, y agregan la fuerza del testimonio, el «haber estado allí» (que la cámara televisiva pone en escena de manera efectista)” (p. 21).

La emisión correspondiente al día 2 de febrero de 2018 se caracterizó principalmente por la obtención de un documento de carácter exclusivo que pretendía aportar precisiones acerca de un hecho delictivo investigado por la justicia. El registro audiovisual, correspondiente a las cámaras de seguridad que captaron el momento en que un efectivo policial le disparó a un joven acusado de atacar a puñaladas a un turista, no solo se condijo con una de las cualidades destacada por Martini (2000) con relación a los procesos productivos —primicia o exclusividad—, sino que, además, poseía especial relevancia en tanto su desarrollo abarcó por completo el segundo y tercer bloque del noticiero.⁷ Luego de la tradicional presentación que los conductores realizaron desde el estudio, comenzó la *venta* o el *adelanto* de los temas del día.⁸ En total se divulgaron diecinueve noticias pero en se tomarán dos como objeto de análisis: la responsabilidad policial en la muerte del joven que atacó a un turista norteamericano para robarle sus pertenencias y una inundación en la provincia de Salta.

Desde la apertura del noticiero, los conductores anunciaron la obtención de cinco registros audiovisuales exclusivos por parte del equipo periodístico de *Telefe Noticias* que permitían visualizar el momento en que el turista yacía en la vereda tras ser apuñalado, el escape del agresor y su compañero luego de perpetrar el robo y la persecución y el posterior disparo del policía involucrado en el hecho. Las imágenes fueron intervenidas con la superposición del isologotipo del noticiero en marca de

agua; dos círculos de color —rojo y blanco— que seguían los movimientos del ladrón y el policía para que el espectador pudiera identificarlos con mayor facilidad; y la ralentización y *zoom-in* como mecanismo para analizar las acciones en detalle.

En este suceso de índole policial —al que se refirieron en siete oportunidades a lo largo del noticiero y fueron aportando progresivamente datos fragmentados⁹ antes de su exposición— el ámbito de ocurrencia fue nacional (la República Argentina), pero las causas y los efectos fueron de carácter internacional (la noticia logró escalar hasta el país de origen del agredido). La narración de los periodistas adquirió forma de crónica y, por la trascendencia de lo ocurrido, la noticia formó parte de una serie en la que constantemente se recurrió a los *supuestos*. Sobre esto último, Martini (2000) señala que:

Este fenómeno favorece la clasificación rápida de un nuevo acontecimiento y facilita su presentación al público, ya que se lo supone conocido (...). Los supuestos remiten a la información recibida con anterioridad por el público, que estaría archivada en su memoria y sobre la que no sería necesario volver. (...) se apoya en el imperativo de la brevedad y en la preocupación por evitar la redundancia (p. 5).

Constantemente se pusieron en juego los tres estilos del texto periodístico —el informativo, el narrativo y el argumentativo— y para reconstruir los hechos se recurrió a estrategias de legitimación con fuentes jerarquizadas. Las cámaras de seguridad fueron un testimonio visual contundente: “No es que te lo vamos a contar, te lo vamos a mostrar... para que lo veas, para que saquemos las conclusiones”, afirmó Cristina Pérez (bloque 1, programa emitido el 2 de febrero de 2018). El relato —en *off*— fue minucioso y se apoyó en cada uno de los detalles visibles en las imágenes, repitiendo los fragmentos una y otra vez con el objeto de desmenuzar cualquier indicio posible. Cebrián Herreros (2004) enuncia con relación a ello que “una vez obtenidas las imágenes —más aún si estas son escasas o de gran interés— las reitera (...) incluso dentro del mismo noticiero y de la misma noticia” (p. 20). Los conductores no solo se formulaban interrogantes y ensayaban opiniones,

sino que además los extendían al público. En este contexto, Rodolfo Barili enfatizó: “Nos quedamos pensando y procesando las imágenes... ¿Qué fue lo que pasó?”, en un ejercicio que buscaba informar y por momentos convencer al espectador. Mientras las imágenes permanecían en pantalla se las comparaba con la declaración efectuada por el policía y la visión del juez de la causa.

En este sentido, Martini (2000) afirma que “Se trata de un trabajo cuyos tiempos resultan siempre insuficientes, y necesita por eso mismo una organización y una coordinación afinada basadas en prácticas rutinarias, con la flexibilidad necesaria para ocuparse de sucesos extraordinarios, imprevisibles o extemporáneos” (p. 9). Lo dicho remite a las palabras de Cristina Pérez: “Para ser francos con vos, este material ha llegado hace un poco más de 10 minutos a la redacción, con lo cual estamos trabajando a la par del noticiero, a tu lado, para poder poner esta información con su contexto al aire” (bloque 1, programa emitido el 2 de febrero de 2018).

La noticia se enriqueció y complementó con una serie de testimonios audiovisuales que incluyeron a los testigos del hecho en la zona, al turista agredido que, mediante videoconferencia, realizó un juicio de valor acerca del accionar del policía y una entrevista a la madre del delincuente abatido. Esta última declaración fue presentada mediante un móvil en vivo y en directo que se extendió durante la totalidad del tercer bloque y consistió en el relato de lo ocurrido bajo la mirada subjetiva de la mujer. El recurso de pantalla dividida (estudio-móvil) enlazó la presencia del cronista junto a la madre del agresor y las preguntas de los conductores en un intercambio marcado por la emoción de la entrevistada —espectacularidad intrínseca al hecho— y el *debate* que estableció la mujer con la conductora de *Telefe Noticias* acerca de la interpretación de esas imágenes —causas, motivaciones y consecuencias del accionar de su hijo—. Cristina Pérez cuestionó con firmeza los dichos de la mujer que ensayaba una posible defensa, en un intercambio de interpretaciones que visibilizó posiciones encontradas. Resulta pertinente retomar aquí las palabras de Cebrián Herreros (2004):

Estamos ante unos procesos mediadores que conllevan una manipulación de la realidad que puede calificarse de natural y necesaria del medio para elaborar y difundir la información y, así, hay que aceptarlo incluso en los casos en que se deja una cámara de vigilancia en la calle. La información resultante no es una garantía indiscutible de lo sucedido, sino que está sometida a diversas interpretaciones (p. 16).

En suma, la evolución futura de los acontecimientos (es un hecho que exige resolución y permite adicionar información progresivamente), su impacto social en la agenda relativa a seguridad y la proximidad geográfica del hecho a la sociedad (ocurrió en el barrio de La Boca, Ciudad Autónoma de Buenos Aires) constituyeron, en este caso, los criterios principales de noticiabilidad.

Por su parte, la información acerca de la inundación ocurrida en la provincia de Salta fue provista por los conductores durante el primer bloque. Ellos fueron los encargados de relatar las causas y consecuencias de las inclemencias climáticas que se produjeron en el norte del país apoyándose en la emisión de imágenes de distintas fuentes que por su carácter *amateur* y sus condiciones técnicas —presencia de barridos o efectos de *zoom* violentos— posiblemente correspondían a registros realizados con teléfonos celulares —apropiación de NTIC por parte de los espectadores y posicionamiento como fuente de información—. Este acontecimiento relacionado con el medioambiente, cuyo contexto de ocurrencia y causa-efecto fue de carácter nacional, se consideró noticiable por la gravedad, imprevisibilidad y magnitud de las personas implicadas.

La construcción de las noticias y el tratamiento de la información en vivo y en directo

El tratamiento en vivo y en directo del debate acerca del proyecto de ley que promovía la legalización de la interrupción voluntaria del embarazo constituyó la noticia central y el aspecto diferencial de la emisión

del 8 de agosto de 2018. Este caso fue un ejemplo de lo que Martini (2000) denomina “las nuevas tendencias o nuevos problemas (*new issues*) en las agendas públicas (...) [y] se corresponde con nuevas necesidades de la opinión pública” que se construyen en el día a día y que la televisión, como *servicio público*, debe tener en cuenta (p. 5).

En este sentido, resulta interesante reflexionar acerca de una de las características del flujo televisivo mencionadas anteriormente. La información se presenta como un proceso en curso, ya que, como sostiene Cebrián Herreros (2004), los sucesos

... se exponen mientras acontecen, sin saber, ni tener control sobre su derrotero. El espectador ve y vive el desarrollo de los hechos tal como transcurren. Esta actitud da por sentado que con el simple ver ya se comprende el alcance de los hechos (p. 28).

Por consiguiente, el espectador “...—en mayor o en menor medida— también es un *editor*, ya que debe comparar y analizar el material desarrollado en el flujo televisivo, realizando deducciones de lo que se dijo y de lo que se silenció” (Machado, 2015: 268).

La cámara recorrió el estudio de derecha a izquierda mediante un *travelling*. Todos los elementos lumínicos que componían la escenografía permanecieron de color celeste hasta que, unos segundos después, cuando la cámara realizó el movimiento inverso, se tiñeron de color verde. Esta *adaptación* del espacio en el que se *construyen las noticias* reflejó los colores escogidos por cada una de las posturas que surgieron durante el debate por la despenalización de la interrupción voluntaria del embarazo y constituyó el primer indicador de la relevancia periodística y social que poseía la temática (Barili efectúa una afirmación categórica al inicio de la emisión: “Buenas noches país... hoy no es un día más”).¹⁰ Su trascendencia dentro del tratamiento informativo fue tal que abarcó la apertura y el cierre de la emisión, tuvo un imperativo de actualización constante con presencia en el primer bloque, en el segundo y en el tercero, y activó la cualidad televisiva de emitir *en vivo* y *en directo* desde el lugar en el que transcurrían los acontecimientos

(Plaza de los Dos Congresos) con un seguimiento *minuto a minuto*.¹¹ El desplazamiento y la cantidad de personas presentes otorgaron visibilidad y *espectacularidad*.

La cobertura presentó:

a) Tres móviles en vivo, uno dentro del Congreso de la Nación y los dos restantes apostados en las inmediaciones de la plaza en donde se encontraba la multitud dividida en *la marea celeste* y *la marea verde*.¹²

b) Informes especiales que recapitularon el recorrido del proyecto de ley, las movilizaciones efectuadas en diversos puntos del país, la actualidad a través de los medios de comunicación y las redes sociales, con la intervención de reconocidas personalidades que actuaron como *opiniones jerarquizadas* y discursos de la Iglesia, políticos y especialistas de la salud.

c) Entrevistas en vivo y pregrabadas que recuperaron los testimonios de la gente que se encontraba en la plaza o en sus alrededores.

d) Conexiones en vivo con el *streaming* oficial de Senado TV para realizar el seguimiento de la votación y difundir la justificación de cada uno de los senadores.¹³

e) Infografías en pantalla actualizadas con los resultados parciales y eventuales proyecciones basadas en los discursos que los senadores brindaron de manera previa a la votación propiamente dicha.

f) Formulación de comentarios, opiniones y sensaciones por parte de los periodistas y cronistas que describían lo que se vivía en cada sector de la plaza, la vigilia previa al tratamiento de la ley en el Congreso, entre otros.

La pantalla dividida, al igual que el uso de drones, planos generales, relatos en *off* y música incidental, se convirtieron en marcas distintivas de la emisión, dado que permitieron seguir los acontecimientos en toda su amplitud y al mismo tiempo asistir a los comentarios e interrogantes que se originaban desde el estudio.

En segunda instancia, el informe especial de corte social acerca del acceso a la salud pública en la zona norte de la provincia de Buenos Aires (puntualmente en Malvinas Argentinas) fue otro de los contenidos destacados del envío que revistió especial interés por la cantidad de personas implicadas, la proximidad geográfica del hecho a la sociedad y el empleo de algunos recursos audiovisuales no tan convencionales. Unos minutos después de iniciado el tercer bloque, dentro de la sección denominada “Los negligentes”,¹⁴ se presentó un audiovisual de carácter documental de *denuncia* en el que Gisela Busaniche se trasladó hasta un centro de salud en la zona norte de Buenos Aires y emprendió una investigación. Tras recorrer el lugar, la periodista dio a conocer la cantidad de horas que debían esperar los pacientes hasta ser atendidos, como también la falta de respuesta por parte de las autoridades. La cámara siguió los pasos de Gisela Busaniche como un *testigo cómplice*, poniendo sus imágenes al servicio del relato que recuperaba los testimonios e inquietudes de la gente. La aceleración de la imagen, algunas sobrepresiones en pantalla, la voz en *off* de la cronista y la música empática contribuyeron a acentuar datos relevantes y el dramatismo de la información proporcionada, generando una atmósfera que apelaba al sentimiento y ponía de manifiesto necesidades sociales postergadas. De este modo, como sostiene Martini (2000), “adquieren valor los hechos protagonizados por personajes comunes, que pueden referir a colectivos o grupos cercanos al interés o la simpatía del público” (p. 15).

Como parte del informe, la periodista realizó una entrevista al subdirector del Centro Municipal de Salud y en un ejercicio de autorreferencialidad televisiva, mediante un dispositivo móvil, compartió con él algunas de las imágenes registradas que fueron las visionadas por los espectadores minutos antes. Las conclusiones estuvieron a cargo de los conductores del noticiero y la periodista que, desde el estudio, invitó a la audiencia a efectuar aquellas denuncias que consideraran pertinentes para ser cubiertas dentro del mismo segmento —servicio social—.

La ficcionalización del set televisivo, otra manera de narrar

A diferencia de las emisiones analizadas precedentemente, en el envío correspondiente al día 6 de septiembre de 2018 Cristina Pérez estuvo acompañada por dos periodistas, Mariano García y Guillermo Panizza, que la secundaron en la conducción. La entrevista realizada al escritor Hugo Alconada Mon como parte de la presentación de su nuevo libro acerca de la corrupción política en Argentina fue el fragmento más destacado por la modalidad en que se brindó la información.

La antesala a la entrevista estuvo dada por un clip de corta duración —del que se exhibieron pequeños adelantos durante el transcurso del noticiero— en el que la voz en *off* del escritor condujo la lectura de pasajes de su libro. Dicho fragmento audiovisual dio cuenta de una búsqueda de locaciones (transcurrió en una cafetería), una propuesta estética cuidada (se evidenció una planificación de la puesta lumínica y de cámara, elección de encuadres, se emplearon placas de títulos animadas)¹⁵ y una investigación comprometida en la que se citaron lugares, nombres propios y sobre la que se profundizó en función de las preguntas efectuadas por la conductora del envío.

El intercambio se realizó desde el estudio, en vivo y en directo, donde el entorno fue adaptado con la intención de recrear la cafetería en la que transcurrían los avances y la presentación del segmento. La puesta en escena estuvo compuesta por una mesa de bar, dos sillas, dos cafés y un trabajo de arte digital que, mediante fotografías de un bar en las pantallas del estudio, contribuyó a construir el espacio. De este modo, se *ficcionalizó* el espacio en pos de generar un contexto intimista para el diálogo, diferenciar el segmento de la metodología con la que suelen abordarse las noticias, propiciar un momento de reflexión —simula una lectura comentada del libro— en el que el autor y la conductora ensayaron sus propias conclusiones, y subrayar el logro periodístico que significó la presencia de Alconada Mon en el piso.

Los nuevos aportes que realizó la investigación en su área, el carácter inédito de la información y la jerarquía del invitado fueron los tres criterios de noticiabilidad principales del encuentro que se extendió durante la totalidad del tercer bloque y produjo una ruptura en la temporalidad habitual del noticiero, dejando de lado la condición vertiginosa del medio televisivo. Pérez y Alconada Mon, sentados cara a cara, dialogaron siguiendo el orden de cada capítulo —antecedido, en cada caso, por un fragmento audiovisual—.

Por otra parte, también resulta interesante analizar y mencionar el informe especial de temática social que se emitió durante el primer bloque y expuso la labor de una ONG que brinda contención familiar transitoria a niños abandonados mientras se resuelve su situación legal. Los conductores y la periodista a cargo del informe introdujeron la temática desde el estudio para luego dar paso a una serie de entrevistas que incluyeron a la creadora del proyecto, a las familias receptoras en sus hogares y recuperaron la experiencia personal de una joven que transitó el proceso de incorporación familiar. Dichos rasgos permiten definirla como una nota de interés humano, es decir, “aquellas que «despiertan emociones... destacan los rasgos, las reacciones y los sentimientos de los individuos» (Sohr, 1998: 220)”; que, además, posee características propias de la nota color (Martini, 2000: 3). La música incidental empática, la locución en *off* realizada por las familias que forman parte de la ONG y la alternancia de imágenes en blanco y negro y a color que apelaron a lo emotivo/sensorial fueron rasgos clave en este sentido, ya que transmitieron el bienestar que significa para aquellos niños que se encuentran en estado de abandono la integración dentro de la estructura familiar. Desde el estudio, la conductora del noticiero y la periodista a cargo del informe realizaron una conclusión sensible en la que interpe-laron al espectador.

A modo de conclusión

Al servicio de la información y la innovación. Posiblemente esa sea la clave. Atravesamos un proceso de

convergencia audiovisual dominado por la evolución tecnológica que conlleva una reestructuración mediática y cultural, pero la televisión y, por añadidura, el noticiero televisivo continúan posicionándose como fuentes de información primaria para un amplio sector de la sociedad. Internet, las redes sociales, los *smartphones* y un sinnúmero de *gadgets* tecnológicos se han integrado al ejercicio periodístico, a las redacciones y los estudios de televisión para expandir los límites de antaño y promover coberturas más completas, actualizadas y *cercanas al público*. La televisión ha tenido la suficiente pericia para valerse de estas herramientas y, en consecuencia, potenciar su mensaje y posibilidades.

La selección de la información —*gatekeeping*— y la construcción de las noticias —*newsmaking*— son dos condiciones que menciona Martini (2000) para que un acontecimiento sea noticiable y ello se ha

convertido en el factor de singularidad de muchos ciclos periodísticos, tal como se desarrolló hasta aquí con relación a *Telefe Noticias*. Los procedimientos de verificación de la información, ampliación y contextualización son comunes, pero la interpretación de esos datos y su posterior *narración* llegan al espectador con marcas identitarias del periodista, el ciclo y el medio involucrado en la producción, en un ejercicio que apela a todas las capacidades periodísticas.

En palabras de Omar Rincón (2006), “la televisión continúa siendo nuestra realidad y continúa contando y contándonos, entreteniéndonos con los hechos y los deseos. (...) Así, se ha convertido en el modo preferido para experimentar la realidad” (p. 165).

Notas

¹ “... la capacidad de la audiencia para aprender y reproducir lo que ven en las noticias de televisión, y por lo tanto sus funciones como medio para establecer la agenda...” (traducción de la editora).

² Información generada sobre la base de datos falsos que son difundidos, intencionalmente, como verdaderos. Se propagan, principalmente, a través de sitios web y redes sociales como una manera de desinformar o influir en la opinión popular según los intereses de quien los publica.

³ El símbolo numeral que antecede al nombre del noticiero lo convierte en un *hashtag* —etiqueta de metadatos utilizada en redes sociales para clasificar los mensajes enviados y generar temas destacados de conversación—. Ello da cuenta del carácter multiplataforma que caracteriza al envío y su integración con las nuevas tecnologías (sitio web 2.0, redes sociales, *apppmobile*, etc.).

⁴ En diciembre de 2018, Repetto abandonó el ciclo y dejó la conducción en manos de sus dos compañeras.

⁵ En 2016, Viacom International Media Networks concretó la compra de Telefe (y todas sus marcas) a Telefónica.

⁶ En la emisión del 2 de febrero de 2018 el primer bloque tuvo una duración de 56:41, el segundo bloque de 13:55 y el tercero de 16:07. El 08 de agosto la duración de cada bloque fue de 54:42, 14:04 y 31:55 respectivamente. Por último, el envío del 06 de septiembre inició con un primer bloque de 57:20, continuó con otro de 10:26 y finalizó con un bloque de 32:01.

⁷ Se destinó una mayor cantidad de tiempo dado que el tema fue considerado trascendente para la audiencia.

⁸ Los conductores adelantaron los sucesos que se abordarían durante el transcurso de la emisión mediante bre-

ves clips audiovisuales y su propio relato en *off*. Característica que se repitió en todas las emisiones.

⁹ Inicialmente, se mostró una imagen fija en la que se podía ver el momento en que el policía efectuó el disparo contra el joven que se encontraba herido en el piso.

¹⁰ Quienes se oponían a la aprobación de la ley estaban representados por el color celeste y aquellos que la promovían, por el color verde.

¹¹ Aunque por momentos la calidad de transmisión de los móviles se vio afectada por microcortes de imagen o interferencias sonoras, lo trascendental era estar presente en el lugar del hecho.

¹² La triangulación de imágenes recuperó la participación de cada uno de los actores principales.

¹³ Canal de televisión por cable e internet que transmite las sesiones del Senado de la Nación Argentina en vivo o diferido, además de eventos, comisiones, reuniones y demás contenidos relacionados.

¹⁴ Se trata de un segmento que posee cierta periodicidad en los contenidos de *Telefe Noticias*. Barili y Pérez afirmaron: “Hoy un nuevo capítulo, nos iremos a la zona norte de Buenos Aires, a Malvinas Argentinas, pero antes... *porque el tema lo conocemos ¿no?*” [supuesto informativo], “Claro, por una historia que te mostramos hace diez días sobre la odisea para sacar un turno al médico en la zona sur de Quilmes” (*Telefe Noticias*, 8/8/2018).

¹⁵ Una de ellas anticipó la temática bajo la leyenda “Hay políticos, empresarios, sindicalistas, jueces y periodistas que quieren que a la Argentina le vaya mal”.

Referencias bibliográficas

Casetti, F., y Di Chio, F. (1997). Estudios culturales. En *Análisis de la televisión. Instrumentos, métodos y prácticas de investigación* (pp. 293-321). Barcelona: Paidós.

Cebrián Herreros, M. (2004). Nuevas concepciones de la información televisiva; Independencia informativa en un entorno de competitividad multimedia. En *La información en televisión. Obsesión mercantil y política* (pp. 15-51). Barcelona: Gedisa.

Machado, A. (2015). El noticiero en tiempo de guerra. En *Pre-cine y post-cine. En diálogo con los nuevos medios digitales* (pp. 257-274). Buenos Aires: La Marca Editora.

Martín-Barbero, J. (2008). *Políticas de la comunicación y la cultura: claves de la investigación*. Barcelona: CIDOB edicions.

Martini, S. (2000). Acontecimiento y noticia; El estudio de la noticiabilidad; Modalidades discursivas de la noticia. En *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. Bogotá: Grupo Editorial Norma. Recuperado de https://repositorio.uvq.edu.ar/media/resources/EPM_Martini_Unidad_2.pdf

Rincón, O. (2006). Narrativas televisivas. En *Narrativas mediáticas. O cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento* (pp. 165-202). Barcelona: Gedisa.

Silverstone, R. (1994). *Television and everyday life*. Londres: Routledge.

Referencias de medios audiovisuales

- Ratto, P. (productor); Acosta, M. (director). (6 de septiembre de 2018). *Telefe Noticias*. [Programa de televisión]. Buenos Aires: Telefe. Recuperado de <https://tefe-noticias.com.ar/noticieros/telefe-noticias-bloque-1-06918>, <https://tefe-noticias.com.ar/noticieros/telefe-noticias-bloque-2-06918> y <https://tefe-noticias.com.ar/noticieros/telefe-noticias-bloque-3-06918>
- Ratto, P. (productor); Acosta, M. (director). (8 de agosto de 2018). *Telefe Noticias*. [Programa de televisión]. Buenos Aires: Telefe. Recuperado de <https://tefe-noticias.com.ar/noticieros/telefe-noticias-bloque-1-08082018>, <https://tefe-noticias.com.ar/noticieros/telefe-noticias-bloque-2-08082018> y <https://tefe-noticias.com.ar/noticieros/telefe-noticias-bloque-3-08082018>
- Ratto, P. (productor); Acosta, M. (director). (2 de febrero de 2018). *Telefe Noticias*. [Programa de televisión]. Buenos Aires: Telefe. Recuperado de <https://tefe-noticias.com.ar/noticieros/telefe-noticias-bloque-1-02022018>, <https://tefe-noticias.com.ar/noticieros/telefe-noticias-bloque-2-02022018> y <https://tefe-noticias.com.ar/noticieros/telefe-noticias-bloque-3-02022018>

Ley IVE, el gran debate nacional en *Telefe Noticias*

La televisión abierta en Argentina es fuente de información, de entretenimiento y de influencia para la agenda de discusiones de la sociedad. A pesar de los cambios en los hábitos de la recepción y el consumo de medios, el periodismo televisivo sigue siendo uno de los principales canales de acceso a la información. En el contexto actual de multiplicidad de pantallas, el periodismo audiovisual atraviesa procesos de transformación que se ven reflejados en los criterios de jerarquización de la información y en las formas narrativas propuestas en el tratamiento de la realidad.

Durante 2018 la sociedad argentina fue testigo de un hecho inédito: el debate definitivo en el Senado de la Nación del proyecto de ley de interrupción voluntaria del embarazo (IVE), cuya aprobación reconocería el derecho a decidir de las mujeres y el acceso a esta práctica en los servicios de los sistemas de salud público y privado. El país entero estuvo expectante de lo sucedido en el Parlamento. Además, el auge global de las reivindicaciones feministas y los pañuelazos verdes que se organizaron para ese miércoles 8 de agosto en apoyo a la ley en distintas partes del mundo constituyeron ejemplos de la internacionalización del debate.

El proyecto de ley fue presentado por séptima vez consecutiva ante la Cámara de Diputados de la Nación el 5 de marzo de 2018. Durante los meses que siguieron a esa fecha, la opinión pública, los grupos de la marea verde (mujeres feministas y

personas de organizaciones en defensa de los derechos sexuales y reproductivos) y la marea celeste (sectores conservadores de la población, encabezados por la Iglesia católica y los evangélicos) fueron parte de las movilizaciones y discusiones que interpelaron a las instituciones y al gobierno. Los discursos sociales que circularon por la sociedad argentina entraban en disputa por el sentido de la ley IVE.

El momento histórico hizo que el tema se ubicara inmediatamente en la *agenda setting*¹ y resultó oportuno analizar la construcción del discurso mediático del proyecto de ley IVE durante la cobertura especial del 8 de agosto en uno de los informativos argentinos con mayor audiencia de la TV abierta: el noticiero del *prime time* de Telefe.

Los medios imponen formas de transmisión del conocimiento y modos de percibir la realidad y hasta organizan las prácticas de las personas. Instalada en la cotidianeidad, la televisión abierta es un fuerte referente en la sociedad y el noticiero es un género que tiene gran incidencia en el discurso televisivo debido a que es altamente consumido por los ciudadanos. Por tal motivo es importante reflexionar sobre la información y la narrativa audiovisual que plantean los informativos y su manera de operar.

El presente trabajo se propone analizar la construcción y transmisión de lo acontecido el miércoles 8 de agosto de 2018 por *Telefe Noticias* con

la finalidad de investigar qué versión de la realidad eligió contar este noticiero. Se hizo a partir de la observación de los planteamientos y enfoques de sus profesionales, entendiendo como dice Mariano Cebrián Herreros (2004) que “no existe una visión global y única de la realidad, sino múltiples perspectivas con mayor o menor garantía de fidelidad según la actitud de cada canal” (p. 15). Por ello fue central preguntarse si el tratamiento noticioso reflejó la relevancia social y política del hecho.

A los efectos de analizar la información que se brindó, las estrategias que se utilizaron y cómo se construyeron los mensajes mediáticos, se abordaron en primera instancia los *criterios de noticiabilidad* de Stella Martini (2000), la idea de *actualidad* de Mariano Cebrián Herreros (2004) y el concepto de *televerdad* desde Lorenzo Vilches (1995) y Claudia Benassini (1999). En segundo lugar, se analizaron los recursos narrativos y conceptuales utilizados en la construcción del discurso noticioso. Finalmente, para profundizar el análisis también se recuperaron los aportes teóricos de Omar Rincón (2006).

Así están las cosas, país...²

El informativo *Telefe Noticias* comenzó a emitirse en 1989, bajo la conducción de los periodistas Rosario Lufrano y Carlos Asnaghi, y se convirtió en el noticiero protagonista de la década de los noventa. En 1999, año de elecciones generales presidenciales, se canceló la edición central del informativo y se desvinculó a todo el equipo, que había denunciado censura por parte de la empresa.

Tres años después, el 12 de agosto de 2002, resurgió esta edición conducida por los periodistas Rodolfo Barili y Cristina Pérez, quienes hasta hoy siguen como presentadores del ciclo que se transmite de lunes a viernes en el horario del *prime time*.

Actualmente, *Telefe Noticias* es la unidad informativa del grupo estadounidense Viacom. Este multimedio cuenta con una red federal de 8 canales propios en el interior del país, un canal de TV paga

visto en América Latina con 10 millones de suscripciones en 17 países (Telefe Internacional) y posee una gran presencia multiplataforma a través de las aplicaciones Mi Telefe - Telefe Noticias, la web (www.telefenoticias.com.ar) y las redes sociales. Dentro del multimedio, la división de noticias brinda toda la información sobre la actualidad local, nacional e internacional.

El director de Noticias, Francisco Mármol, modernizó el noticiero al permitir momentos de mayor informalidad, sin perder los principios de credibilidad, objetividad, respeto y compromiso que guían al informativo y apuntan a consolidar la confianza de los ciudadanos. Sus contenidos de alta definición son transmitidos con móviles en vivo, coberturas e informes especiales y cuentan con el análisis de los especialistas. Además, las noticias emitidas se eligen en función del reclamo e interés de la audiencia que reconoce ser escuchada.

#8A, análisis de la emisión en una jornada histórica

La emisión del 8 de agosto de *Telefe Noticias*, día del debate en el Senado, estuvo dividida en tres bloques: en total tuvo una duración de 1 h 40 min y dos cortes comerciales. El emplazamiento de la información sobre la noticia del debate tuvo 37 menciones durante los tres bloques de la emisión del noticiero. Y fue clasificada dentro de las temáticas de política interna y justicia.

A partir de los criterios de *noticiabilidad* propuestos por Stella Martini (2000) se pudo analizar cómo el acontecimiento se convirtió en noticia. El tópico central del programa fue el debate por el proyecto de ley IVE que estuvo fuertemente instalado en la sociedad argentina desde marzo de ese mismo año.³ La *novedad* fue la histórica sesión en el Senado de la Nación Argentina para votar el proyecto de despenalización del aborto, que finalmente fue rechazado a las 02:43 de la madrugada, tras 16 horas de debate.

Por primera vez, se realizó el debate parlamentario correspondiente, acontecimiento inédito en nuestra sociedad, que cumplió con los requisitos de *originalidad, imprevisibilidad e ineditismo* (Martini, 2000). Esa noche se iba a conocer si se aprobaba o no el proyecto de ley y se podía seguir por la TV Pública, un canal del sistema de medios oficial, los discursos de cada senador/a. *La evolución futura de los acontecimientos y el grado de importancia* se medían por el resultado de la votación en el Congreso de la Nación (Martini, 2000). Esta vez la noticia traspasó *la proximidad geográfica* de Buenos Aires, las mareas verde y celeste se propagaron por todo el país y muchas mujeres siguieron el debate por televisión (Martini, 2000).

Las complicaciones por aborto inseguro han sido la primera causa individual de mortalidad materna en 17 de las 24 provincias del país (Grupo Fusa, 2018). Un informe de Amnistía Internacional (2017) revelaba la dificultad de estimar las cifras del aborto inducido en general y en el caso argentino en particular. Según este documento, algunos números a los que se arribaron fueron 446.998 o 522.216 abortos en Argentina por año, pero en ningún caso se trató de datos exactos. Esto último conformaba el criterio de *magnitud por la cantidad de personas y lugares implicados* (Martini, 2000).

Durante los tres meses de intenso debate, diferentes líderes de opinión así como también figuras de la cultura, la medicina y la religión expusieron sus pensamientos sobre este tema. En la emisión del 8 de agosto, se expuso la palabra de la entonces gobernadora de la provincia de Buenos Aires, María Eugenia Vidal, mientras que en el móvil del Congreso comentaban que estaba el Colectivo de Actrices Argentinas en la multitud verde.⁴ Además, se presentó un video enlatado llamado «Discursos desde el 1° de marzo». Darle visibilidad a estos discursos cumplió con el criterio de *la jerarquía de los personajes implicados conocidos y desconocidos* (Martini, 2000).

Con relación al último de los criterios que propuso Martini (2000), las movilizaciones a favor y en contra de la ley IVE en las inmediaciones del

Congreso emitidas en vivo y en directo, junto con enlatados de lo que había pasado más temprano, demostraron que la *inclusión de desplazamientos* resultaba significativa para la práctica periodística. Teniendo en cuenta que ambos grupos habían anunciado su presencia para ese día a través de las redes sociales, todo el equipo de exteriores del noticiero pudo esperar en lugares estratégicos y con anticipación a que llegaran las mareas verde y celeste.

Continuando con la experiencia de visionado, se puede afirmar que se cumplió con la concepción de *actualidad* de Cebrián Herreros (2004): “Ahora lo válido es lo que ocurre en el momento de la emisión y para ello se cuenta en directo en ese instante. Se busca el último minuto como si este fuera el más trascendental” (p. 19). La cantidad de móviles y de veces que eligió el director de Contenidos para mostrar lo que sucedía en la calle, en el Congreso y en la Catedral dieron cuenta de que lo importante/válido estaba pasando fuera del estudio.

La *agenda social* fue un condicionante de la información televisiva de ese día. La *agenda setting* pauta por los medios gráficos hizo que *Telefe Noticias* no mostrara en esta edición nuevos hechos, salvo el informe especial de “Los negligentes” realizado por la periodista Gisela Busaniche.⁵ Y también reflejó, como explicó Cebrián Herreros (2004), que hay una homogeneización que reduce el campo donde trabaja el periodismo.

La sociedad entera conoció lo que estaba pasando a partir de la cobertura de los medios: la transmisión por televisión tuvo muchas intervenciones por parte de los conductores, imágenes de estudio, entrevistas, reporteros, fotos, gráficos, imágenes y audios que formaban el conocimiento de los hechos a través de la mediación televisiva. El formato convertía a la televisión en protagonista de la sociedad. Cebrián Herreros (2004) explicó que este medio “ya no se limita a ser un mero testigo de los hechos, sino que participa en el juego del choque de opiniones, de ideologías y de intereses nacionales e internacionales, políticos y económicos” (p. 35).

La *televerdad* ha originado cambios en el modelo comunicativo, particularmente en la forma en que se generaba y buscaba el acontecimiento. En este marco, Lorenzo Vilches (1995) afirmó:

La verdad se produce por el ejercicio de la palabra y de la imagen a través de procedimientos por los cuales se afirma o se niega lo dicho. La verdad es una cuestión subjetiva (...). Esta es también una de las bazas de los programas en directo, más brilla la verdad cuanto más simultánea se hace con la realidad (p. 5).

Se envió a reporteros en busca de la noticia. El tono emocional de los conductores por lo que acontecía en el Senado, más la composición dramática en los videos y en los móviles de las imágenes de las multitudes verde y celeste, hacían que la verdad fuera lo que pasaba por la televisión. Como la idea que Claudia Benassini (1999) tomó de Álvarez Berciano:

La televisión comienza a ser consciente de su poder y de que puede jugar como mediador entre la realidad y un ciudadano cada vez más distanciado de las grandes instituciones. Y la televisión se hace noticiario de la realidad (p. 18).

Como fue mencionado anteriormente, las dos funciones más desarrolladas de la televisión son la información y el entretenimiento, y la *televerdad* supo encontrar su origen en estas. Es desde su combinación que Lorenzo Vilches (1995) consideró al género como *infotainment* y caracterizó a la *televerdad*:

... por la fuerte presencia del concepto de información, la narración oral como base de las historias llevadas a la pantalla por la gente, el acto de manipulación que comparten la televisión y el público, el acceso a la televisión por parte de sectores socialmente excluidos a través de la tematización de la crisis y de la carencia y finalmente, la cuestión de la verdad que subyace en los programas como garantía de credibilidad (p. 3).

Tomando como guía estas definiciones y también los componentes de la *televerdad* propuestos por Claudia Benassini (1999), podemos caracterizar la emisión del 8 de agosto de 2018 de la siguiente forma:

a) La narración del programase desarrolló en dos espacios, el interior y el exterior. Desde el estudio de televisión los dos conductores, Rodolfo Barili y Cristina Pérez, dieron coherencia a los relatos que se seleccionaron para la ocasión. Se mostraron con planos medios cuando estaban sentados y algunos primeros planos cuando expresaban su enojo o sus pensamientos sobre los acontecimientos, para observarlos en detalle. Al inicio del programa, con planos generales del estudio y todas las pantallas en verde, se dejó clara su postura ante el debate. A través de crónicas, entrevistas, noticias e informes especiales, los conductores opinaron en el plató.

b) “Durante la cobertura *in situ*, característica inherente al género, lo importante es estar ahí, grabar el testimonio” (Benassini, 1999: 50). Continuamente, en esta edición el director del noticiero eligió transmitir imágenes en vivo y en directo y mantener al televidente al tanto de lo que sucedía desde los lugares donde se desarrollaban los acontecimientos cubiertos por los reporteros en un momento específico de la transmisión. Los periodistas que cubrían lo que estaba ocurriendo en las inmediaciones del Congreso fueron Mariano García (marea celeste) y Guillermo Panizza (marea verde). Desde el recinto del Senado, estuvo la periodista Anabella Messina que comentó y mostró en vivo parte del discurso de la senadora nacional Silvina García Larraburu. En tanto, desde la Catedral Metropolitana se transmitió parte de la Misa por la Vida junto al periodista Matías Castelli.

La disputa por el sentido estuvo en lo que sucedía fuera del estudio de televisión. En las inmediaciones del Congreso, los movileros contaron cómo estaba el tiempo y remarcaron que a pesar de la lluvia, las personas no se iban. Resaltaron que todo transcurría en paz entre los asistentes de los diferentes bandos,

hicieron reportajes y mostraron imágenes de las multitudes. Comentaron que había euforia cuando escuchaban un discurso a favor de lo que ellos pedían, transmitieron parte del recital de una banda de *rock* y afirmaron, como se mencionó anteriormente, que estaba presente el Colectivo de Actrices Argentinas. En la Catedral, el periodista, en voz baja (para no interrumpir el discurso del cardenal), comentó lo que había sucedido anteriormente en la misa. Luego, en otra salida al aire, ya finalizada la homilía, reprodujo que la Acción Católica llamó a salir a la calle a defender *las dos vidas*.

c) “El lenguaje verbal se organiza en tres niveles: conductores, narradores y actores” (Benassini, 1999: 51). Las frases y descripciones de los conductores se emitieron en tono seguro y agresivo, como una forma de entrar en complicidad con el televidente. Encarnaron la voz de los televidentes, interpretaron a los políticos que hablaban. Al inicio del programa ambos conductores dieron la bienvenida a *Telefe Noticias* y relataron a dos voces (ver Imagen 1):

Imagen 1



Los conductores del noticiero Rodolfo Barili y Cristina Pérez en la apertura del noticiero. Fuente: *Telefe Noticias* (8 de agosto de 2018, bloque 1).

Hoy no es un día más. Dos multitudes. Una celeste, otra verde. Las dos separadas por un extenso vallado y un fuerte operativo de seguridad. Dos multitudes protagonistas en la calle de un momento histórico para la Argentina. Pase lo que pase con la votación y con la ley del aborto, este día será recordado por siem-

pre, gracias a esta participación sin precedentes. Dos multitudes, un país ante el gran debate nacional (Rodolfo Barili y Cristina Pérez, bloque 1, programa emitido el 8 de agosto de 2018).

d) Como sostuvo Benassini (1999):

... el lenguaje de los actores se vuelve muy importante, pues se trata del rescate de la oralidad. 'Lo que importa de la historia es el sujeto que la cuenta. El cambio de sujeto narrador de la televisión es el verdadero acontecimiento. Nuevo narrador y, en consecuencia, nuevo *escuchador*' [Vilches, 1995, p. 4] (p. 51).

En este sentido, se transmitió el discurso del senador nacional de Córdoba Ernesto Martínez Carignano. Además, el cronista Matías Castelli comentó desde la Catedral que había terminado la Misa por la Vida y que la Acción Católica había llamado a salir a la calle a defender *las dos vidas*.

e) “Las historias tienen como protagonista al prototipo del ciudadano medio: espontáneos, utilizan un lenguaje popular que incluso puede llegar a lo vulgar; transmiten sinceridad además de que cuentan sus historias en forma sencilla (...)” (Benassini, 1999: 52). En la vigilia verde, madres e hijas dieron sus testimonios de cómo las conmovía el tema de la ley. Por su parte, Guillermo Panniza, mientras entrevistaba a los jóvenes de la multitud verde, escuchó que le decían “la ley se ganó en las calles”.

f) “Las referencias a personajes, hechos y lugares son precisas y se insertan en los acontecimientos sociales (...). Para que todo sea verosímil la historia suele apoyarse en imágenes; el procedimiento más veredictivo” (Benassini, 1999: 52). Se mostraron videos con «Momentos que han ocurrido hoy y ocurren en el Senado», «Curiosidades de la sesión» y «Los senadores y los símbolos que distinguen sus posturas». Videos sobre las dos campañas: «Dos colores, dos campañas», con voz en *off* del periodista que explicaba las diferentes miradas y expresiones tanto en el país como en el exterior. En el inicio del bloque

2 la pantalla estuvo dividida: a la izquierda, la marea celeste y a la derecha, la verde.

A partir de la observación de las condiciones que establece la naturaleza del medio televisivo y en este caso en particular *Telefe Noticias*, se pudo notar un nuevo escenario de la información televisiva que presentaba una adaptación a la revolución narrativa y estética de la que ha hablado Omar Rincón (2006, 2011) en su libro *Narrativas mediáticas. O cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento* y en su artículo sobre “Nuevas narrativas televisivas: relajar, entretener, contar, ciudadanizar, experimentar”, respectivamente.

Las estrategias de construcción del tópico central del programa fueron las siguientes:

—Contar con el soporte de las imágenes cautivadoras registradas desde el lugar donde se produjeron los acontecimientos noticiables de la realidad (cuatro móviles).

—Las subjetividades de los conductores en sus comentarios y la mirada a cámara como un modo de interpelar a los espectadores.

—El inicio del programa con las pantallas en verde, luego en celeste y todo el tiempo la pantalla partida en dos con las imágenes de la multitud verde y la celeste.

—La cantidad de fuentes de noticias que presentaron, con testimonios, entrevistas y discursos de los senadores.

—El entretenimiento, cuando los conductores mencionaban minuto a minuto el conteo de los votos y contaban lo que estaba pasando en el Senado: bloque 1, 22 en contra, 21 a favor, 2 abstenciones; bloque 2, 22 en contra, 22 a favor, 2 abstenciones, están faltando 16 votos; bloque 3 (10 horas de debate) 23 en contra, 22 a favor, 2 abstenciones; y el último resultado que transmitieron fue 24 en contra, 24 a favor y 2 abstenciones (Imagen 2).

—El sensacionalismo en el conflicto entre la multitud verde y la celeste, entre los senadores que estaban a favor y los que estaban en

contra de la ley, y las repercusiones que provocaron algunos de sus comentarios.

Imagen 2



Conteo de los votos. Fuente: *Telefe Noticias* (8 de agosto de 2018, bloque 1).

Para finalizar este análisis, la presentación de la noticia por parte de los conductores mencionada como «El debate, en el interior y en el exterior» acentuaba el conflicto, principal criterio de noticiabilidad en la televisión; así, se rechazó el análisis y se dio lugar a la producción de sensaciones de lo que se transmitía en tiempo real. Omar Rincón (2006) dio a entender que la reflexión argumental ya no era importante en el medio televisivo, porque la narrativa televisiva buscaba generar drama, emoción y acción:

La televisión, todo lo que toca lo convierte en conflicto dramático. La televisión es un relato más de acción que de reflexión; propone movimientos en las historias. (...) La descripción densa y la reflexión argumental no son el fuerte televisivo. Para mover la acción se requiere del conflicto como motor de ese viaje (p. 181).

Esta idea también fue compartida por Vilches (2001), que entendió que la narración se basaba en el conflicto como función comunicativa, y por Cebrián Herreros (2004), quien expresó que “el precio que se paga por la espectacularización de la información suele ser la pérdida de la profundidad y la descontextualización” (p. 22).

A modo de cierre

En la emisión del 8 de agosto de 2018 *Telefe Noticias* puso todos sus recursos audiovisuales al servicio de la noticia. Esta elección reflejó la relevancia social y política del hecho a nivel nacional. La notoria cantidad de veces que transmitieron en tiempo real lo que pasaba tanto en el Senado como en las inmediaciones del Congreso y la Catedral puso en evidencia que esta construcción de la información televisiva necesita contar con el soporte de las imágenes para producir sensaciones en sus espectadores, bajo la premisa de que el conflicto es un condicionante importante para que la narrativa mediática funcione.

La construcción del discurso que planteó este noticiero, a través de sus conductores, puso énfasis en los derechos de la mujer. Es decir, visibilizó lo que sucede en los cuerpos desde una mirada de género. Si bien el informativo le dio espacio al sector religioso y se constató una equidad de voces para ambos grupos sociales, no se conformó con la disputa y los enfrentamientos, sino que tomó posición de género, desnaturalizó el carácter androcéntrico del discurso mediático y se centró en los otros discursos sociales y sentidos que protagonizaron el conflicto.

Notas

¹ En las primeras investigaciones, el concepto de *agenda setting* fue utilizado con relación a la capacidad de los medios de fijar la agenda pública, este fenómeno se denominó función de fijación de agenda de los medios masivos (Petroni, s.f.).

² Roldolfo Barili hizo de esta frase un clásico de *Telefe Noticias*.

³ La despenalización del aborto es un reclamo histórico en Argentina de los movimientos de mujeres. Desde 2005, la Campaña Nacional por el Derecho al Aborto Legal, Seguro y Gratuito (una alianza federal formada por movimientos de mujeres, políticos y sociales) ha presentado reiteradas veces el proyecto de ley IVE en la Cámara de Diputados, pero nunca llegó a recinto. Las marchas *#NiUnaMenos* y *#MeToo*, los paros de las mujeres y las denuncias de abusos han habilitado nuevamente el debate, lo que dio la posibilidad de llegar a discutirlo en el Senado.

⁴ Este colectivo nació en 2018 y está integrado por más de 400 actrices del país.

⁵ “Los negligentes” es una sección del noticiero que trata sobre las problemáticas sociales de los argentinos.

Referencias bibliográficas

Amnistía Internacional (2017). Los métodos de estimación del aborto inducido en argentina: cómo se llegó a la cifra de 450 mil. Aportes al debate sobre derechos sexuales y reproductivos. Recuperado de <https://amnistia.org.ar/wp-content/uploads/delightful-downloads/2017/05/03-Informe-Medicion-de-abortos.pdf>

Benassini, C. (1999). La televerdad: un nuevo género ¿informativo? Revista *Diálogos de la Comunicación*.

Cebrián Herreros, M. (2004). *La información en televisión*. Barcelona: Gedisa.

- Grupo Fusa. (2018). El ABC del aborto legal en Argentina: cifras y respuestas para entender el debate. Recuperado de <https://grupofusa.org/2018/02/28/el-abc-del-aborto-legal-en-argentina-cifras-y-respuestas-para-entender-el-debate/#>
- Martini, S. (2000). *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. Argentina: Grupo Editorial Norma.
- Petrone, F. (s.f.). Estudios de Agenda Setting. Conceptos, metodologías y abordajes posibles. Recuperado de http://webiigg.sociales.uba.ar/iigg/jovenes_investigadores/5jornadasjovenes/EJE9/Mesa%20Debates%20y%20construccion%20de%20herramientas%20metodologicas/PETRONE_Facundo.pdf
- Rincón, O. (2006). *Narrativas mediáticas. O cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento*. Barcelona: Gedisa.
- Rincón, O. (2011). Nuevas narrativas televisivas: relajar, entretener, contar, ciudadanizar, experimentar. *Comunicar*. Revista Científica de Comunicación y Educación #36, XVIII, pp. 43-50.
- Vilches, L. (1995). La televerdad: Nuevas estrategias de comunicación. En *Telos*, (43).
- Vilches, L. (2001). *La migración digital*. Barcelona: Gedisa.
-

Referencias de medios audiovisuales

- Telefe Noticias* [Programa de televisión]. (8 de agosto de 2018). Bloque 1. Buenos Aires: Canal Telefe. Recuperado de <https://tefe-noticias.com.ar/noticieros/telefe-noticias-bloque-1-08082018/>
- Telefe Noticias* [Programa de televisión]. (8 de agosto de 2018). Bloque 2. Buenos Aires: Canal Telefe. Recuperado de <https://tefe-noticias.com.ar/noticieros/telefe-noticias-bloque-2-08082018/>
- Telefe Noticias* [Programa de televisión]. (8 de agosto de 2018). Bloque 3. Buenos Aires: Canal Telefe. Recuperado de <https://tefe-noticias.com.ar/noticieros/telefe-noticias-bloque-3-08082018/>

Medios internacionales



La construcción de una agenda contrahegemónica: el caso Telesur

Un proyecto comunicacional que aborde la agenda del hemisferio sur con una narrativa que privilegie lo latinoamericano fue, durante muchas décadas, uno de los grandes desafíos comunicacionales de los sectores más vanguardistas de la izquierda intelectual del continente. Hoy, después de años de democracias y dictaduras, de luchas gremiales, originarias, sexuales, disputas ideológicas y materiales, esta posibilidad es un hecho: fáctico, tangible, perfectible, sin duda, pero existente. Telesur es el único medio multiestatal que produce contrainformación las 24 horas, los 365 días del año, en todos los soportes que habilita la tecnología en América Latina, dirigida al mundo entero.¹

Lejos de ser un aparato de propaganda —como intentan posicionarlo los poderes políticos y mediáticos de Occidente, que reúnen a la derecha pero también a los sectores reaccionarios del centro y todo lo que encontremos en ese amplio y heterogéneo intermedio—, es una plataforma, un multimedio que produce contenidos contrahegemónicos, con el claro objetivo de situar la mirada en los sectores más vulnerables, hacer foco en los procesos y en el origen de las luchas, de los reclamos, de los protagonistas anónimos de cientos de batallas cotidianas que se libran contra los poderes opresores. El criterio de Telesur es invertir las prioridades de cualquier otro medio masivo para encarnar lo que propuso en su primer eslogan en castellano: “Nuestro norte es el sur”.

Hoy, pisando los primeros veinte años del siglo XXI, la importancia de Telesur es fundamental en un contexto donde los gobiernos de derecha han vuelto con toda la furia a la gran mayoría de los países de América Latina, para romper lo alcanzado en materia de conquistas laborales, derechos sociales, humanos y ambientales, heredado de años recientes de gobiernos progresistas. Hoy la agenda de Telesur es prioridad no solo para los países latinoamericanos, sino para llegar a otros *sures*, al hemisferio sur en todas sus coordenadas: África, el Caribe, Asia, Oceanía; y también para llegar a los movimientos de izquierda que desde el corazón de los imperios levantan las banderas de *lxs* más vulnerables, de *lxs* negados, de *lxs* invisibilizados.

Telesur es también el estado de alerta permanente, un estado inherente a un medio contrahegemónico. Esta característica impacta, indefectiblemente, en la organización de las rutinas de producción y en la planificación a mediano y largo plazo; y sin duda esto repercute hacia el interior de los equipos humanos y técnicos, lo que se traduce muchas veces en un escenario de gran incertidumbre para los trabajadores, quienes, no obstante, están en su mayoría pendientes de las contingencias.

Sin ir más lejos, desde comienzos de este 2019, los intentos de golpes de Estado que viene enfrentando y atravesando Venezuela liderados por el diputado opositor Guaidó, con el evidente y asu-

mido apoyo de los Estados Unidos, han impactado en la producción diaria de las noticias, ya que los equipos de español que operan desde Caracas se han visto afectados de diversas maneras: por la falta de electricidad, por cuestiones de logística para trasladarse hasta el canal, por la rotación de trabajadores, lo que en algunos turnos resultó insuficiente para abastecer el volumen total de contenidos que hay que producir. Así fue que en este último tiempo, debido al gran sabotaje eléctrico que limitó la producción y emisión de algunos noticieros desde la sede central, hemos asumido ciertas *rondas* de noticias en español desde Quito durante poco más de una semana.

No obstante, el objetivo comunicacional de Telesur jamás se diluye, el canal nunca para, ni siquiera cuando la hegemonía mediática apunta sus cañones más potentes para destruirlo. Telesur hoy genera miles de contenidos diarios para el mundo, en español y en inglés, con la clara intención de construir una agenda *otra*, la nuestra.

Los orígenes del proyecto

La Nueva Televisora del Sur, popularmente conocida como Telesur, nació el 24 de julio de 2005 “en el seno de un proyecto político, de resistencia contra el orden mundial actual, en el convencimiento de que la comunicación es capaz de lograr metas importantes en los procesos de cohesión de las sociedades” (Arcila Calderón, 2005: 45-46). La apuesta nació al servicio del proyecto integrador bolivariano. Bajo la coordinación de Venezuela, el objetivo fue crear un medio de comunicación independiente de las empresas comerciales, con carácter de cadena multiestatal de televisión; es decir, constituir una señal latinoamericana.

El presente artículo está realizado sobre la base de entrevistas directas a Orlando Pérez, coordinador general de la sede de operaciones en Quito (comunicación personal, noviembre de 2018); Iain Bruce, director de Información en inglés del área *Broadcast* (comunicación personal, noviembre de

2018); Patricia Villegas, presidenta de la señal Telesur español e inglés en todas sus sedes (comunicación telefónica, marzo/abril de 2019) y Tatiana Rojas, directora de Multimedia (comunicación telefónica, marzo/abril de 2019). Se realiza un uso prolongado de la voz de los entrevistados para dar cuenta de los orígenes del canal, sus objetivos, los logros alcanzados y los principales desafíos, entre otros temas.

Según Orlando Pérez, periodista ecuatoriano y coordinador general de la sede Quito en la que se generan fundamentalmente contenidos en inglés:

El proyecto nace en un contexto que lo favorece: por un lado, el gobierno del Comandante está en su apogeo, cuenta con el apoyo de otros líderes sociales que configuran una izquierda latinoamericana fuerte con la que se va a gestar el proyecto integrando como socios a Argentina, Ecuador, Cuba, Bolivia, Nicaragua, Uruguay. Por el otro, la derecha en Latinoamérica propicia un escenario que demanda información de otras fuentes, de manera de contrarrestar las versiones que promueven y difunden los medios hegemónicos desde el Norte hacia el Sur. Y en tercer lugar, Venezuela dispone en ese momento de los recursos económicos y las condiciones necesarias para montar un canal de estas características.

Sus objetivos principales son, en palabras del entrevistado,

contrarrestar a la derecha comunicacional —recordemos que cuando se crea el canal, uno de los más vistos era la señal de CNN en español—; dar respuesta a la demanda de creación de una real y potente comunicación de Sur a Sur (sin olvidar la larga y nutrida tradición de nuestro continente en cuanto a medios alternativos y contrahegemónicos), y sumar voces a la enorme cantidad y variedad de grupos disidentes que ya existían en nuestra región (Pérez, comunicación personal, noviembre 2018).

Hoy, 13 años después de su creación, la señal Telesur español, que se emite desde Caracas, junto con Telesur English, que sale desde Quito (Ecuador), se financian fundamentalmente con recursos provenientes de Venezuela, que pese a la crisis política y económica externa que viene atravesando (y la crisis institucional interna producto de aquella), entiende que el proyecto comunicacional es una apuesta política tan importante como otros aspectos fundamentales que debe administrar y garantizar un Estado, tanto como la salud, la educación, la economía... porque entiende a la *comunicación* como *un derecho fundamental*, básico, al que debe acceder todo ser humano. Ese compromiso político con la comunicación sigue siendo el bastión para la inversión permanente en esta señal informativa televisiva y multimedia. Si bien los países socios aportan o aportaron con contenidos —como en el caso de Argentina durante el gobierno de Néstor Kirchner y luego el de Cristina Fernández de Kirchner— y otros brindan apoyo simbólico o alianzas estratégicas, es el Estado de Venezuela el que sostiene económica y tecnológicamente la señal. México y Colombia son también sedes técnicas y estratégicas que funcionan como soporte de la señal.

Patricia Villegas, periodista y actual presidenta de Telesur español e inglés, explicitó el modo de conformación del canal:

Dentro de los estatutos de Telesur está contemplada una reunión anual, en la que participa cada miembro del Consejo Directivo de Telesur, que son los países asociados a la multiestatal. En esa reunión —que se ha hecho generalmente en la ciudad de Caracas a lo largo de estos años de existencia— vienen los delegados de cada gobierno, de cada Estado, y cada delegado recae en la instancia que el país decida. Puede ser un miembro del Ministerio de Educación, del Ministerio de Información o de la Secretaría de Comunicación, como sucede, por ejemplo, en el caso de Ecuador. En el caso de Venezuela es el propio ministro de Información y de Comunicación. En algunos casos, son los embajadores de los países miembros radicados en Venezuela.

Al respecto, continuó Villegas de este modo

Y en esa reunión Telesur expone un balance en términos cualitativos de su gestión durante ese año y presenta una apuesta sobre los temas más relevantes para cubrir por Telesur, previsible obviamente, durante el año próximo. Entonces, allí todo el mundo debate y pone sobre la mesa un tema de interés para cada país, propone discusiones acerca de los temas estructurales que son la guía fuerza de Telesur: los temas de integración, democratización de la información, democratización de la tierra, la lucha contra toda forma de discriminación, la lucha por un mundo más justo, equitativo e igualitario... Y de allí se saca un acuerdo acerca de los temas; no es que los Estados o países dictaminen qué cosas puede hacer Telesur y qué cosas no, sino que se saca una agenda común de los temas estructurales, presentada por el equipo periodístico de la señal, en la que los países participan de manera abierta y directa. Realmente, la reunión es muy interesante, muy fructífera y es el mecanismo por el cual los países miembros participan directamente en la operación de Telesur.

En este contexto, la entrevistada remarcó:

Con esto, además, quiero aclarar que esa idea que ha corrido para desprestigiar al canal, para decir que los gobiernos llaman y dicen cubre esto o quita aquello, es mitología barata, es parte de una construcción para apabullar nuestro esfuerzo, para decir que sucumbimos a presiones de los gobiernos. Y no es así: la participación de estos está contemplada dentro de nuestros estatutos, se hace y es una reunión muy interesante de debate y de discusión sobre los temas estructurales, nunca temas puntuales, que tocan a Telesur y que están contemplados dentro de su misión, su visión y sus objetivos (Villegas, comunicación telefónica, marzo/abril 2019).

La pregunta sobre la creación de la versión en inglés (Telesur English) es inevitable: ¿por qué utilizar el

idioma que representa Estados Unidos para crear una comunicación de Sur a Sur? Precisamente para llegar al corazón del imperio. Para hablar su lengua, para aprovechar todo el aparato simbólico del lenguaje y generar una contraargumentación. Para, al menos, llegar a sus movimientos de izquierda, a sus cientos de miles de ciudadanos que se sienten cercanos a los procesos latinoamericanos, con la intención de contrarrestar la información que proveen los medios estadounidenses sobre la situación política de Venezuela y del resto de Latinoamérica. Ya habiéndose instalado en nuestro continente, la intención es penetrar en el mundo angloparlante para tener un impacto en el mundo norteamericano.

En 2014, casi en simultáneo con el lanzamiento de la señal Telesur English como portal web, en Caracas surgieron las llamadas *guarimbas*, acciones vandálicas organizadas por grupos violentos de la extrema derecha venezolana con planes golpistas en contra del Gobierno de Nicolás Maduro, que implicaban:

... el cierre arbitrario de calles, quema de basura, agresiones con objetos contundentes, alambres dispuestos a la altura del cuello y disparos, que suponen el encierro de los ciudadanos en sus casas por temor a perder la vida. [En 2014 en Venezuela], esos hechos violentos cobraron las vidas de 43 ciudadanos y miembros de la fuerza pública en todo el país, que en la mayoría de los casos recibieron disparos en el rostro por tratar de quitar las barricadas (Telesur, 12 de febrero de 2017).

Esto sucedió mientras se desplomaba el precio del petróleo, por lo que Venezuela enfrentaba una crisis económica e institucional fuerte. Por supuesto, la cobertura desde medios dominantes fue muy parcial y también desestabilizadora. Maduro anunció, entonces, en un programa de la cadena CNN la inauguración de Telesur en idioma inglés para el 24 de julio de ese año (día de la conmemoración del nacimiento de Simón Bolívar y noveno aniversario de la cadena). Pero el plan de sacar al aire la señal televisiva —unos meses después del lanzamiento de la página web, luego de haber reclutado ya a muchos colabo-

radores— se mantuvo en suspenso hasta octubre de 2017, año en que por fin el *broadcast* vio el aire.

Así es que hoy transmite las 24 horas de todos los días del año en sus dos versiones, español e inglés, en múltiples plataformas y soportes: redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter), página web, señal de TV *yapp*. Telesurse ha convertido en una pantalla-trinchera de contrainformación que es referencia para el mundo entero.

Construir agenda de Sur a Sur en el siglo XXI. Contenidos y soportes de la señal en inglés

La grilla de Telesur English se estructura con un noticiero principal: *From the South (Desde el Sur)*, de media hora televisiva que se emite en ocho ediciones diarias de lunes a viernes y los domingos con una sola edición. Además, entre las principales propuestas se encuentran los semanales *The empire archives (Los archivos del imperio)*, que conduce la periodista norteamericana Abby Martin, y *The world today (El mundo hoy)* con el escritor, activista y cineasta pakistaní Tariq Alí, que ofrece un formato de entrevistas en profundidad. Se emite también el programa *From Quito*, de producción local, que aborda cuestiones de la agenda y la coyuntura política, económica, social, de género, etcétera, del Ecuador, y se produce al mismo tiempo en otras capitales latinoamericanas: así aparecen *From Lima*, *From México*, *From Caracas*... El resto de la programación se estructura con documentales y programas específicos, todos de alta calidad visual y de contenido.

El canal cuenta con una presencia fuerte desde Washington y Nueva York con la corresponsalía del periodista uruguayo Jorge Gestoso. La agenda se construye, básicamente, a partir de una red de corresponsales y colaboradores que cubren la mayoría de los países latinoamericanos y caribeños, de manera de generar la noticia desde la propia fuente, de primera mano. Este es un rasgo distintivo de la señal, que caracteriza la construcción de las noticias y su celeridad.

En cuanto a audiencias, Telesur en inglés se construye de ciudadanos de izquierda, intelectuales, activistas, militantes sociales y demás actores a lo largo y ancho del planeta, que cuestionan las fuentes hegemónicas y demandan otras agendas sobre la realidad latinoamericana y la complejidad de sus procesos sociales y políticos.

Mientras que Telesur español está pensada para ser *la voz de los pueblos* y está dirigida a esos mismos pueblos. Reconoce la diversidad de culturas y comunidades que habitan el territorio latinoamericano. El canal se instala como referencia para los pueblos de los distintos países y *levanta* noticias que ningún otro medio central o convencional toma. También construye agenda con una importante variedad de grupos disidentes, feministas, organizaciones sociales, de medioambiente, de derechos humanos, movimientos sociales, sindicales, comunidades LGBTI, medios alternativos...

La señal Telesur inglés está destinada, en lo fundamental, a ciudadanos angloparlantes del Caribe, ya que se firman convenios de colaboración y cooperación, de corresponsalía e intercambio de contenidos entre Telesur y las islas del Caribe, además de EE.UU. y Europa. Esto ha posibilitado que en pocos meses el canal se extendiera a África y Asia, saliendo en algunos países por cable operadoras y televisoras terrestres. Esta expansión es parte del proyecto original, de la génesis del canal. Se entiende que es necesaria y es un derecho la comunicación generada, producida y editada desde el sur y destinada al hemisferio sur, pero además coincide con el momento de transformación y convergencia de medios que se vive en todo el planeta. Los nuevos consumos obligan a la señal a repensarse y pegar un salto cualitativo en su crecimiento.

¿Cómo construye su agenda Telesur? Lo que busca insistentemente el canal es ofrecer una versión desde los pueblos, los oprimidos, los estudiantes, las comunidades originarias (que pelean por sus tierras y derechos), las mujeres, las clases trabajadoras, los grupos LGTBI, mostrando sus reclamos, luchas, protestas, manifestaciones, pero también sus reflexiones, acciones, la capacidad de organiza-

ción y la gran politicidad que atraviesa a estos grupos y colectivos. Desde los medios convencionales no hay prácticamente cobertura respecto de estos tópicos y sabemos bien que cuando la hay es descontextualizada, estigmatizadora y fragmentaria.

El hecho de que un canal contrahegemónico que produce en el formato clásico de los *mainstream*, precisamente lo haga para competir desde sus formas e instale en agenda otros temas es motivo de sobra para ser tildado de aparato propagandístico. Al respecto, Orlando Pérez señala: “Si a Maduro no le dan pantalla en ningún otro canal hegemónico, si no podemos escucharlo ni verlo jamás (salvo como un dictador), es necesario mostrarlo en esta, al menos para balancear un poco la agenda mediática”. De este modo, la agenda de Telesur es generar contrainformación que llegue a los televidentes y sean ellos quienes decidan qué opinar. En este sentido, el entrevistado enfatizó: “Es fundamental que esa voz y esa mirada existan para ejercer el derecho y el acceso a la comunicación por parte de cada ciudadano sobre el cual se basa este proyecto político y comunicacional” (comunicación personal, noviembre 2018).

Entonces, la agenda se basa fundamentalmente en procesos sociales y también, sin duda, en los procesos políticos de cada país. Los procesos electorales son momentos clave de la cobertura de Telesur y de hecho los públicos demandan y generan expectativas respecto de cómo el canal los lleva a la pantalla, precisamente porque se ha convertido ya en un sitio de referencia para los espectadores que buscan otra mirada. En efecto, la cobertura de las elecciones de octubre de 2018 en Brasil tuvo un significativo número de seguidores en todo el planeta, alertas y atentos a lo que estaba sucediendo.

En relación con lo anterior, Orlando Pérez explicó:

Los procesos políticos de cada uno de los países demandan un tiempo y un espacio, y ahora dentro de la geopolítica se vinculan mucho más. Para Telesur es una prioridad la cobertura de esos procesos electorales y políti-

cos porque de alguna manera, enlazados en las corrientes progresistas como en las conservadoras y demás, lo que pasa en un país influye en el otro. Por lo tanto, se necesita una mirada abarcadora, que no se reduzca a lo que ocurre en un país. En la parte operativa esto se traduce en una gestión periodística que articula el trabajo de corresponsales, productores, programas especiales, etcétera (comunicación personal, noviembre 2018).

Así, lo que se busca es ofrecer una cobertura lo más amplia y completa posible que le brinde herramientas al espectador para elaborar, reflexionar y construir una mirada distinta a la hegemónica.

Sobre el tema de la construcción de la realidad, el director de información en inglés, del área *Broadcast*, documentalista y excorresponsal de BBC y de Telesur español, Iain Bruce sostuvo:

Creo que hay una tensión, porque lo que se construye es una mirada sobre la realidad. Pero esa mirada en Telesur viene ya dada desde un proceso largo que se basa en la revolución bolivariana, en sus réplicas, extensiones y alianzas, que se dan en la realidad (material). La mirada de Telesur está en gran parte dada porque es la mirada sobre esos procesos. Es una combinación entre esta visión política, de este proyecto bolivariano y sus variaciones, con el intento de hacer periodismo serio, de calidad, que incluso adopta una cantidad de valores que vienen del periodismo burgués, de lo mejor del periodismo burgués, que también construyó un formato. Creo que siempre ha habido una tensión en el corazón de Telesur porque, por un lado, fue una decisión explícita querer hacer un canal de televisión similar, que pudiera competir frente a frente con las grandes cadenas internacionales. Eso implicó, o al menos parte de esa decisión, que no seamos una televisión de vanguardia como, por ejemplo, *Vive TV*; no vamos a reinventar los formatos de la TV, sino que vamos esencialmente a apropiarnos e incorporar lo mejor de la TV que existe y hacer

eso mismo con otra visión política. Entonces, decidir adoptar el formato existente significa que no estás deconstruyendo en el sentido histórico del término, sino que estás tratando de invertirlo y darle otra dirección....

Se trató de una decisión consciente; incluso antes de que llegara Iain al canal, se dieron reflexiones y debates respecto del formato que asumiría el canal. Bruce completó esa perspectiva:

Hasta que finalmente quienes venían de la TV convencional decidieron hacer lo que sabían hacer. Y el Comandante Hugo Chávez por supuesto que no intervino en ese tipo de decisión. No les interesaba reinventar los formatos, no iban en busca de ser vanguardia cultural en ese sentido, ni reinventar los parámetros estéticos (y por tanto, ideológicos), sino que tenían un objetivo muy pragmático y político (comunicación personal, noviembre 2018).

El presidente de la República Bolivariana de Venezuela tuvo claro lo que quería y lo dejaba en manos de quienes, según él, entendían del asunto. Además y con respecto a los criterios editoriales, según Iain Bruce:

Lo ideal es que no hubiera límites, pero obviamente sí hay. Telesur como misión siempre ha buscado tener una visión desde el Sur, desde América Latina, desde los movimientos sociales, las luchas sociales, los pobres... esa es su agenda. Las historias que decidimos incluir o no, cómo se organizan esos hechos o no, están bajo esa visión. Una visión que no es cerrada, Telesur siempre ha estado en una izquierda bastante amplia, pero nunca fue desde esta izquierda o desde aquella izquierda, no funcionaría si tratara de ser la voz de esta corriente política o de aquella. Ha habido quienes lo han visto así, consciente o inconscientemente, quienes no tenían más que su propia visión y han tratado de imponerla. Para mí es necesario que sea un lugar donde diversas izquierdas cohabiten, se nutran unas de otras y dialoguen... al menos eso es lo ideal.

Sobre la existencia de presiones por parte de algunos gobiernos, el entrevistado reflexionó: Son contadas las veces que han tratado de influir. Las presiones son sutiles, no directas, pero negar que existen tensiones sería negar la realidad... Telesur no debe ser propagandista, gobernista bajo ningún punto de vista. Aceptando, por supuesto, que un gobierno particular está pagando los costos y que el canal es un proyecto político de ese gobierno (comunicación personal, noviembre 2018).

En lo que respecta a la construcción de las noticias, el canal parte de una premisa: es fundamental elaborarlas de manera que el conflicto no desaparezca ni sea descontextualizado. Si bien la brevedad es una limitante, propia de los canales convencionales, que no habilita un desarrollo o tratamiento más profundo, lo que se propone Telesur es pararse siempre desde el lugar del conflicto para intentar al menos ponerlo en agenda, sin estigmatizar, para darle mayor presencia a las luchas. Sobre esto, Bruce advirtió: “Otra vez la tensión, el concepto de noticias que manejamos, por un lado, y los criterios que hacen a ese formato, por otro, como el impacto para acaparar la atención de la gente, la brevedad, la urgencia”. La pregunta nuevamente es por el formato, si ese formato se adapta a los temas que nos ocupan o si, por el contrario, es necesario que nos pongamos a repensar los formatos. En este sentido, el entrevistado agregó el rasgo de la empatía tan característico en el trabajo en la TV:

Si bien la TV no está hecha para reflexionar en profundidad, sí puede provocar con unas imágenes fuertes, unos sonidos fuertes, que te despierten las ganas de ir a investigar y entender mejor lo que viste en la pantalla. La pantalla en sí no te da la profundidad, pero puede estimular la búsqueda... Y finalmente hay un aporte emotivo a la comprensión porque apela a hacerte sentir el impacto de algo que podés ver y que te hace conectar, algo que esa manera de hablar de esa persona que ves te hace sentir. Por ejemplo, alguien que perdió su trabajo y está mal, cuando lo escuchás y lo ves, eso te va a dar el contenido humano que

podés relacionar y que no te van a dar ni 500 páginas de un ensayo de economía. La empatía, fundamental en la TV.

Acerca de la influencia de Telesur sobre la agenda social en determinados públicos, la ambición es construir una agenda de Sur a Sur. Y sobre esto también precisó Iain Bruce desde la operación diaria, pero sobre todo desde la experiencia de años: “Soy escéptico en general porque no sé hasta qué punto los medios construyen las agendas o simplemente reproducen o amplían agendas que ya fueron construidas”. No obstante, el proyecto Telesur interviene sin duda en la agenda pública, aunque es difícil definir hasta qué grado. Según Bruce: “Lo que Telesur posiciona y amplía es una agenda que ya viene dada por algunas fuerzas políticas de América Latina, desde movimientos, sedes de gobiernos, partidos, en cierto sentido esa agenda ya existe y nosotros la ampliamos y la posicionamos” (comunicación personal, noviembre 2018).

Por su parte, Patricia Villegas propuso ejemplos en los que fue evidente el impacto de Telesur en la agenda mediática global. Respecto del primero dijo:

Hay casos muy importantes. Uno de los episodios donde Telesur se volvió centro de la agenda informativa y una referencia supremamente importante fue la forma en que cubrimos el conflicto armado en Colombia. En las primeras coberturas de Telesur lo primero que hicimos fue hablar justamente del conflicto armado en un mundo en el cual había una idea fuerza de un Estado luchando contra fuerzas terroristas como la guerrilla de las FARC y de ELN. Había, además, en ese momento centenas de personas retenidas, privadas de libertad en el marco de ese conflicto armado. Y por intermediación del gobierno de Venezuela, de Argentina, de Cuba se dieron los procesos de liberación de estas personas en el marco de los acuerdos humanitarios. Las coberturas de Telesur de esas liberaciones, de los testimonios de quienes habían pasado años privados de libertad, que daban cuenta justamente de los actores

del conflicto, cambiaron radicalmente y tuvieron que ser visibilizados en la gran media internacional. Porque era una historia demasiado potente, demasiado importante, que no pudo quedarse oculta ante los grandes medios.

Además, Villegas ejemplificó en segundo lugar la relación entre la agenda y la cobertura:

Meses después tuvimos lo que yo llamo la gran cobertura de Telesur, que fue el golpe de Estado contra el presidente Manuel Zelaya en Honduras. En tiempo real nuestro equipo contaba al mundo lo que había pasado, mostraba al presidente sacado en pijama de su casa, su casa baleada, ultrajada por las fuerzas armadas de ese país, y luego todo el proceso de resistencia y represión del pueblo hondureño contra la instauración de una dictadura producto del golpe de Estado. Esa historia habría sido contada completamente de otra manera si una cámara de Telesur no hubiera estado allí (comunicación telefónica, marzo/abril 2019).

En tercer lugar, Villegas dio cuenta de la agenda al estar mediada por un conflicto internacional:

Luego tenemos la historia de Libia, nosotros mostrando las imágenes y quebrando, por lo menos fisurando, el discurso hegemónico, en ese caso europeo, africano, latinoamericano sobre los supuestos bombardeos de Gadafi contra Libia, denunciando voces sobre la invasión de la OTAN... Y bueno, tú ves años después en lo que está convertida Libia, justamente hoy otra vez convertida en titulares por el desgobierno, por el enfrentamiento, por la construcción de un Estado que es producto de la invasión que nuestro equipo denunció y pudo mostrar las mentiras sobre las cuales estaba construida la política de la OTAN y de la Unión Europea.

Y concluyó: “Así, hay ejemplos probablemente menos rimbombantes, menos llamativos para los me-

dios, pero que cotidianamente Telesur desnuda. Y a mí me parece que ese es el aspecto más fundamental de lo que hemos hecho estos años (comunicación telefónica, marzo/abril 2019).

Telesur es, sobre todo, un proyecto político y cultural, una máquina simbólica que hace estallar sentidos y asociaciones instaladas en los imaginarios sociales para trazar una narrativa propia.

Dentro de la *newsroom*: flujo de trabajo y producción de noticias para *Fromthe South* (Desde el Sur, noticiero en inglés)

Dentro de la señal en inglés —que la conozco en profundidad por ser parte del equipo de *broadcast* desde octubre de 2018— se produce *Fromthe South*, el noticiero de media hora televisiva (27 m) que tiene ocho salidas diarias, seis producidas desde Quito y dos nocturnas que se producen desde Caracas. Es decir: a las 6.30, 8.30, 12.30, 16.30, 18.30, 20.30. Y a las 22.30 y 00.30. También cada hora se emiten los *headlines* (titulares), *flashes* informativos de 3 minutos al tope de hora. Los diferentes equipos de trabajo en Ecuador, que se dividen en cuatro turnos, arman la agenda en función de los contenidos que se producen desde Caracas. Pero también manejan cierta autonomía, propia del idioma y fundamentalmente del público al que se dirige Telesur English. No obstante, las fuentes para ambas versiones son las corresponsalías desde más de 25 países de Latinoamérica y el Caribe —de varios corresponsales en un mismo país—: la gran mayoría envía sus reportes en castellano, que el equipo en inglés luego traduce. Para cubrir lo que sucede en otros continentes, se recurre fundamentalmente a agencias internacionales: Reuters, AFP, AP, CCCTV y Ruptly, y también las redes sociales como Facebook y sobre todo Twitter son una fuente de permanente consulta y actualización de datos. Sucede con frecuencia que las agencias suelen ser más veloces que los propios corresponsales a la hora de subir noticias a sus sitios web, por lo que nos apoyamos en ambas fuen-

tes, pero el guion siempre es el de los corresponsales. Estos son coordinados por el equipo de asignaciones que trabaja desde Caracas para definir quién será prioridad en la agenda de cada noticiero o show, por lo que la comunicación entre los editores de programación y los responsables de asignaciones es diaria y muy fluida.

La pauta diaria para el noticiero se elabora con un software llamado iNews y el organigrama está confeccionado siguiendo el modelo de otros canales que son referencia obligada, como la BBC o Al Jazeera, por su experiencia y rigor, entre otros aspectos. Iain Bruce es uno de los responsables de dar forma a este flujo de trabajo. Cada equipo se organiza entonces de la siguiente manera:

—El editor de programación: organiza y da forma a la pauta, se encarga de gestionar los videos o imágenes que ilustran cada nota y de solicitar los contenidos necesarios a Caracas (a través de correos electrónicos), ya que muchos *packages* (notas más elaboradas) deben ser subidas a una nube interna desde la cual descargarlas, al igual que los reportes. Su principal tarea es armar el guion final del noticiero, que desde la perspectiva de Iain debe ser un *gran guion*, una gran historia compuesta de pequeñas historias, y por eso es fundamental cuidar la forma en que se va de una historia a la otra, la cadencia y el ritmo, la coherencia general... A su vez, debe chequear que todo esté en orden y forma antes de salir al aire, es quien *canta* la pauta al resto del equipo técnico y al presentador.

—El asistente de programación: se encarga de armar la pauta de los *flashes* informativos, proponer nuevos temas, conseguir materiales, asignar tareas a los distintos colaboradores del equipo y coordinar junto con el editor el trabajo de cada programa.

—Redactores/productores: son los que producen las noticias y gestionan que las fuentes de las imágenes sean potables y sirvan para crear las diferentes noticias. Estas se caracterizan básicamente por videos *silentes* (de 30-40 s aproximadamente), sobre los cuales el presen-

tador describe la noticia en voz en *off* mientras se ve la imagen en pantalla; los *soundbites*, que son *sonidos* o testimonios de origen, de primera mano, bien breves; los reportes de los corresponsales, acompañados de tortas con imágenes, y los paquetes, que son notas con mayor edición y profundidad sobre determinados temas (duran entre 1 m 3 s y 2 m 30 s). A veces también se generan piezas gráficas, *bullets*, para describir con números y breves oraciones ciertos temas que aparecen en pantalla con estos sobreimpresos.

—Editores de video: montan y editan los videos, los *setean* y cargan en el servidor donde se *ingestan* (se suben) los que se reproducen luego desde el control de estudios al momento de salir al aire. Además, gestionan las traducciones de todas las notas, ya que gran parte del material arriba en castellano (como no tenemos locutorxs, entre todxs lxs compañerxs debemos grabar las voces).

Ambas señales se estructuran en departamentos, a la manera de los canales tradicionales, aunque la sede venezolana cuenta con instalaciones de mayor dimensión y con un número mucho mayor de colaboradores, además de más equipamiento. La transmisión al satélite se hace desde allá, porque si bien el objetivo y el diseño inicial fue hacer la emisión en inglés desde Quito, hasta el momento esto no ha sido posible por cuestiones meramente técnicas. En Telesur English los departamentos son *Broadcast* y *Multimedia* y dentro de este último están las coordinaciones de *Social media*, *Web* y *Videos*, cada cual con sus propios colaboradores. Al respecto, Bruce indicó: “Es importante aclarar que estos colaboradores se buscan en función de que tengan experiencia profesional en canales internacionales 24 horas o al menos experiencia en periodismo, y si también tienen un compromiso político, mucho mejor” (comunicación personal, noviembre 2018).

Como en cualquier redacción, todos los días se realizan reuniones de editorial breves entre miembros de ambos departamentos, es decir se cruzan en una agenda común los temas que todos los medios de todos los soportes deben cubrir, se anali-

zan datos y se complementan los equipos. Además, a diario se recibe la estrategia elaborada desde Caracas, con los temas que se deben privilegiar y una descripción de cómo se los abordará, y también se recibe una estrategia en inglés; por lo demás, la dirección tiene al menos una vez por semana una reunión de contenidos con la jefatura de Venezuela (de todos modos, la comunicación entre ambas sedes es permanente). El contacto por WhatsApp se mantiene las 24 horas, los grupos rebotan entre uno y otro las últimas noticias y actualizaciones para estar verdaderamente a la hora con las *breaking-news*.

Hacia un modelo propio... complejidades y desafíos a corto y mediano plazo

En el momento en que escribía este texto, la coordinadora de Video y directora de Multimedia, Tatiana Rojas, cineasta venezolana que hace más de cuatro años forma parte del canal, estaba en Caracas en pleno proceso de reestructuración y rediseño de la página web, con la intención de actualizar y proponer un sitio mucho más responsivo e interactivo, en el que el usuario pueda participar de un modo activo y replicar, opinar, construir. El canal se dirige sobre todo hacia un formato *transmedia*, referenciándose nuevamente en otros canales que están a la vanguardia. Así, busca reinventarse en sus formatos y propuestas estéticas y de contenidos (en este sentido, Al Jazeera es un sitio de referencia, además de un colaborador).

Creer hacia la producción propia de videos más ágiles, breves, consumibles desde las pequeñas pantallas, hablar el lenguaje de las redes y de los medios más vanguardistas, crear documentales que puedan emitirse desde las redes sociales, vincular y *linkear* las noticias y los corresponsales de *broadcast* con las publicaciones de video... los desafíos son bien diversos y responden a las demandas de los públicos pero también de los trabajadores que proponen y piensan un canal expansivo en plena época de convergencia de medios. Los desa-

fíos, insistimos, son infinitos. Es también una necesidad material fortalecer la relación con colaboradores, actores, activistas, militantes, medios alternativos que se expanden por todo el continente para armar una red todavía más fuerte y activa.

No obstante, Telesur no puede abandonar su señal *broadcast*, y de hecho hasta piensa en una futura red de radios latinoamericanas (proyecto que nació hace varios años, junto con el del canal en inglés, pero que todavía no ha podido concretarse), porque aún tiene muchos espacios tradicionales y convencionales donde seguir estando presente; por cableoperadores y por antenas terrestres, llegar a quienes están del otro lado de la brecha, la material y la digital, a esxs que el mundo del hemisferio de arriba cuestiona, estigmatiza o directamente invisibiliza.

No se trata solo de contenidos, sino también de formatos. La forma es el fondo. En palabras de Villegas:

Nuestra grilla está construida sobre tres conceptos: actualidad, memoria y contexto. Eso no ocurre en todos los canales de broadcast y mucho menos ahora en el mundo de lo efímero donde todo parece que se cuenta en 140 caracteres, se difumina rápidamente y ya aparece otro hecho por el cual nos tenemos que conmover. Nuestra grilla está armada con noticieros que dan seguimiento a la coyuntura, a la actualidad y después tenemos programación que da contexto y crea memoria. En esa perspectiva, nuestra forma de programar los canales, tanto en inglés como en español, es una apuesta por el derecho a la información. Buscamos dar herramientas para comprender el porqué, las causas, las razones y los antecedentes de los hechos que están ocurriendo (comunicación telefónica, marzo/abril 2019).

Encarnar en todas sus dimensiones lo que proponía en su primer eslogan “Nuestro norte es el sur”, eso es precisamente Telesur: la tensión entre unas formas convencionales de hacer televisión y la apropiación de esas formas por parte de quienes empu-

jamás desde abajo con una narrativa que aspira siempre a deconstruir el relato hegemónico, a cuestionarlo, en la construcción de un imaginario que represente un mundo más justo, un universo mediá-

tico en el que las agendas nos representen y hablen acerca de nuestra compleja, heterogénea y contradictoria realidad latinoamericana.

Notas

¹ Este trabajo nació de la experiencia directa que me dio la práctica, ya que desde octubre de 2018 integro la señal en el rol de editora de programación dentro del área *Broadcast*. Para la presente publicación, el texto fue revisado en la primera mitad de 2019 y contó con los aportes técnicos y conceptuales de la Dra. Alejandra García Vargas (UNC- UNJU).

Referencias bibliográficas

Arcila Calderón, C. (2005). ¿Qué es teleSUR? *Revista Chasqui*, N° 92, pp. 44-51. Recuperado de <https://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/1573/1596>

teleSUR (12 de febrero de 2017). ¿Qué pasó el 12 de febrero de 2014 en Venezuela? Recuperado de <https://www.telesurtv.net/news/Conozca-que-son-las-guarimbas-en-Venezuela-y-quienes-estan-detras-20140312-0050.html>

Entrevistas

Bruce, I. (noviembre de 2018). Comunicación personal.

Pérez, O. (noviembre de 2018). Comunicación personal.

Rojas, T. (marzo/abril de 2019). Comunicación telefónica.

Villegas, P. (marzo/abril de 2019). Comunicación telefónica.

Economía política y agenda pública: breve análisis sobre el *Jornal Nacional*

El presente trabajo consiste en el análisis de la cobertura del *Jornal Nacional* de la emisora Rede Globo —el telediario más antiguo en actividad en Brasil y el más visto en el país— de los días 19, 20, 21 y 23 de enero de 2017. Es importante resaltar que las fechas no fueron elegidas al azar, pues ocurrieron dos hechos de gran trascendencia en la agenda política nacional: por un lado, la rebelión en la cárcel de Alcaçuz en el estado de Rio Grande do Norte, que dejó varios detenidos muertos y generó rebeliones en otros presidios federales como, por ejemplo, el de Manaus y el de Belém; y, por otro, el accidente aéreo del ministro del Supremo Tribunal Federal (STF) Teorí Zavaski, que era hasta entonces relator del caso Lava Jato, operación que investigaba una gran cantidad de políticos en esquemas de corrupción.

La relevancia de la cobertura de estos cuatro días se explicó específicamente por el liderazgo del *Jornal Nacional* en relación con otros telediarios brasileños. El programa de noticias recibió gran cantidad de premios internacionales de reconocimiento y periodismo de calidad, mientras que también sufrió numerosas críticas por el monopolio mediático del grupo que lo comanda. La TV Globo pertenece al Grupo Globo, uno de los mayores conglomerados de medios de América Latina. Según Becerra y Mastrini (2006), es una de las mayores empresas de medios en todo el mundo, pues es líder en la producción de contenido en Brasil con

cerca de las 4400 h que se distribuyen a todo el país y, además de mantener el mercado consumidor nacional, que tiene números absolutos continentales, también exporta contenido para producción a nivel mundial.

El artículo pretendió analizar el tiempo dedicado a cada bloque de noticias para mostrar cómo se estructuró el telediario, teniendo en vista su liderazgo de audiencia en cada programa que presenta. En este sentido, el mayor énfasis sobre la noticia acaba siendo la tónica de lo que se discute en los medios de comunicación en todo el país y, consecuentemente, eso influye en el gobierno y la agenda política nacional.

El análisis del tiempo se dividió en cinco bloques: accidente Teorí, violencia, noticias internacionales, política nacional y demás noticias. Así, se pudo percibir la disparidad en los tiempos dedicados a cada noticia, lo que respondió a diversos objetivos, además del protocolo de llevar la información a la población, como, por ejemplo, formar o moldear la llamada *opinión pública*, modificar la agenda presidencial e influir en la popularidad o la credibilidad de alguna política específica o incluso de un gobierno.

A partir del presente análisis, entonces, se evidenció el tiempo dedicado para cada bloque con el propósito de que se entienda la relevancia de

cada noticia dentro del tiempo final y así se pueda percibir el grado de importancia de la información.

Según Charaudeau (2006) existen dos criterios de selección de los hechos: el primero es el externo, que se refiere a la forma en que ocurren los hechos, si son provocados o planificados, y el interno, que se relaciona con las imágenes que los medios de comunicación amplían a fin de que se produzca algún sentimiento de interés o de emoción en la audiencia.

En el 2000, Champagne se refirió a la noción de *malestares mediáticos* e indicó que:

No hay duda de que los periodistas no inventan en su totalidad los problemas de los que hablan; incluso pueden llegar a pensar, no sin razón, que contribuyen a hacerlos conocer y a incorporarlos, como suele decirse, al "debate público". Lo cierto es que sería ingenuo quedarse en esa constatación. No todos los malestares son igualmente "mediáticos", y los que lo son sufren inevitablemente una cierta cantidad de deformaciones desde el momento en que los medios los abordan, puesto que, lejos de limitarse a registrarlos, el trabajo periodístico los somete a un verdadero trabajo de construcción que depende en gran medida de los intereses propios de ese sector de actividad (p. 1).

La fabricación del conocido *acontecimiento*, según Champagne (2000), es el resultado de una movilización de los medios de comunicación que puede ser provocada o espontánea en torno a algo que estos consideran como tal y que tiene el intento de representar los problemas poniendo el acento sobre lo extraordinario.

En 2006, Rincón señaló que "los medios de comunicación producen culturas porque son *máquinas narrativas* que socializan una variedad de relatos, visibilizan una diversidad de sujetos, extienden las escenas del sentido e intervienen simbólicamente en la sociedad contemporánea" (p. 20).

Programas

El telediario *Jornal Nacional* se presenta de lunes a sábado y tiene un promedio de duración de unos 45 m.

La emisión del jueves 19 de enero de 2017 duró 57 m 30 s y se dividió en cinco partes que cubrieron diferentes temas (ver Gráfico 1).

—El alcalde Teori: la primera fue sobre un accidente aéreo que acabó victimando al ministro del Supremo Tribunal Federal Teori Zavaski, relator de la operación Lava Jato. Tuvo una duración de 32 m 30 s.

—Violencia: Se mostró un reportaje sobre las muertes que ocurrieron como resultado de peleas entre facciones rivales dentro de la prisión Alcaçuz en la provincia de Rio Grande do Norte, además de un apéndice sobre las consecuencias de este enfrentamiento con la violencia en Natal, la capital de la provincia de Río Grande del Norte. Este bloque tuvo una duración de 6 m.

—Noticias internacionales: esta parte, que duró 13 m 30 s, informó sobre una avalancha que arrolló un hotel en Italia y sobre la política internacional con los preparativos para la posesión del presidente de los EUA, Donald Trump, y tomó también un pequeño saldo de la administración del antiguo presidente Barack Obama.

Gráfico 1

TELEDIARIO NACIONAL 19/01/2017		
TIEMPO		
TIPO DE NOTICIA	DEDICADO	CANTIDAD EN %
ACCIDENTE TEORI	32 m 30 s	57 %
POLÍTICA NACIONAL	0	0 %
VIOLENCIA	6 m	10 %
DEMÁS NOTICIAS	5 m 30 s	10 %
NOTICIAS INTERNACIONALES	13 m 30 s	23 %
TOTAL	57 m 30 s	100 %

Gráfico de elaboración propia.

La edición del *Jornal Nacional* del viernes 20 de enero duró 53 m y fue básicamente una continuación de los acontecimientos del día anterior, pero con algunas diferencias en el tiempo dedicado a cada noticia (ver Gráfico 2).

—Accidente Teori: se profundizó en las posibles causas del accidente que venció al ministro del Supremo Tribunal Federal. El bloque duró exactamente 27 m.

—Política nacional: mostró el intento de revertir el proceso de ejecución de la operación Lava Jato, además de mostrar el proceso de sucesión en la relatoría. El bloque duró exactamente 8 m 30 s.

—Noticias internacionales: básicamente, se habló sobre la ceremonia de toma de posesión del presidente norteamericano Donald Trump. Este bloque duró exactamente 11 m 30 s.

—Violencia: el telediario continuó la cobertura de noticias diarias sobre los motines que tuvieron lugar en la prisión de Alcaçuz, en Rio Grande do Norte. El material mostró una parte de una conferencia de prensa del ministro de Defensa y otra del gobernador de la provincia de Rio Grande do Norte. El bloque duró 3 m.

—De otras noticias: trató de la previsión del tiempo, que también duró exactos 3 m.

Gráfico 2

JORNAL NACIONAL 20/01/2017		
TIPO DE NOTICIA	TIEMPO	
	DEDICADO	CANTIDAD EN %
ACCIDENTE TEORI	27 m	51 %
POLÍTICA NACIONAL	8 m 30 s	16 %
VIOLENCIA	3 m	6 %
DEMÁS NOTICIAS	3 m	6 %
NOTICIAS INTERNACIONALES	11 m 30 s	21 %
TOTAL	53 m	100 %

Gráfico de elaboración propia.

La edición del 21 de enero del *Jornal Nacional* fue presentada el sábado y duró 46 m 30 s. En este día hubo una agenda semejante a los días anteriores (ver Gráfico 3).

Gráfico 3

JORNAL NACIONAL 21/01/2017		
TIPO DE NOTICIA	TIEMPO	
	DEDICADO	CANTIDAD EN %
ACCIDENTE TEORI	15 m	33 %
POLÍTICA NACIONAL	0	0 %
VIOLENCIA	8 m 30 s	18 %
DEMÁS NOTICIAS	14 m 30 s	31 %
NOTICIAS INTERNACIONALES	8 m 30 s	18 %
TOTAL	46 m 30 s	100 %

Gráfico de elaboración propia.

—Accidente Teori: fue dirigido al funeral del ministro del Supremo Tribunal Federal Teori. También se mostraron fotografías del entierro de los otros ocupantes del avión que cayó en la ciudad de Paraty. Esta parte duró exactamente 15 m.

—Violencia: se continuó la cobertura sobre la lucha de facciones rivales en Alcaçuz, prisión ubicada en Rio Grande do Norte. Al mismo tiempo, se presentó una noticia sobre la muerte de 24 personas en 24 horas en la ciudad de Belém, en el estado de Pará. El bloque duró exactamente 8 m 30 s.

—Noticias internacionales: con un total de 8 m 30 s, el bloque presentó la agenda del nuevo presidente norteamericano Donald Trump, además de un rescate de personas en un hotel en Italia, que fue destruido por una avalancha.

—De otras noticias: la parte relacionada con las demás noticias en este día incorporó temas diversos. Uno vinculado a la economía, que mostró el problema de la acumulación de pago de bonos para los trabajadores en el país y duró 2 m 30 s; otra que mostró la previsión del tiempo para el día y duró 2 m 30 s; un tercer tema relacionado con un parque ecológico con dificultades financieras; y otro vinculado al *Exame Nacional do Ensino Médio* (ENEM). Esta parte duró 4 m 30 s. En el marco de este bloque hubo dos noticias relacionadas con el deporte, una sobre la Copa Downhill de América y otra sobre el primer juego del equipo de fútbol Chapecoense tras la tragedia de

avión a finales de 2016, en la que murieron 71 personas, la mayor parte del plantel. En total, la parte relacionada con las demás noticias duró 14 m 30 s.

—Política nacional: no hubo bloque sobre política nacional en este día.

La edición del telediario del lunes 23 tuvo una duración de 29 m 30 s y exploró a fondo las noticias que ya había abordado la semana anterior (ver Gráfico 4).

—Accidente Teori: en este día, el telediario informó que la justicia federal declaró confidencialidad en la investigación del hecho. Esta parte duró 3 m y 30 s.

—Política nacional: después de eso el telediario abordó los desdoblamientos de la muerte del ministro en la continuidad de la operación Lava Jato. El bloque duró en total 2 m 30 s.

—Violencia: fueron actualizadas las noticias sobre el enfrentamiento de detenidos de la cárcel de Alcaçuz, en Rio Grande do Norte, en un bloque que tuvo una duración de 4 m.

—Demás noticias: el noticiero mostró el brote de fiebre amarilla en varios estados populosos del país, parte que duró 4 m 30 s; la previsión del tiempo, que duró 2 m 30 s; noticias económicas, que informó datos del FMI sobre el PIB nacional y que duró exactamente 1 m; la llamada "guerra del grafito" en la ciudad de São Paulo con una duración de 2 m 30 s; una noticia de 3 m sobre estudiantes que iban a disputar un campeonato mundial de matemáticas en los Estados Unidos; otra sobre la final de la Copa São Paulo de fútbol junior; y otra sobre la preparación física de los atletas de fútbol antes de un año entero de competiciones, la llamada pretemporada. Este bloque duró exactamente 13 m 30 s.

—Noticias internacionales: en ese bloque el telediario cubrió los primeros movimientos del nuevo presidente de Estados Unidos Donald Trump y una noticia sobre la salida del presidente de Gambia, parte que en total duró 5 m; también mostró un reportaje sobre el rescate

de perros que sobrevivieron a la avalancha que soterró un hotel en Italia; y mostró una imagen de una demolición de un hotel en China. Esa parte duró exactamente 1 m.

Gráfico 4

TIEMPO		
TIPO DE NOTICIA	DEDICADO	CANTIDAD EN %
ACCIDENTE TEORI	3 m 30 s	12 %
POLÍTICA NACIONAL	2 m 30 s	8 %
VIOLENCIA	4 m	14 %
DEMÁS NOTICIAS	13 m 30 s	46 %
NOTICIAS INTERNACIONALES	6 m	20 %
TOTAL	29 m 30 s	100 %

Gráfico de elaboración propia.

Reflexiones finales

Después de analizar el *Jornal Nacional* por cuatro días consecutivos resultó posible notar algunas de las características más salientes con relación al tiempo que el telediario más visto en el país dedicó a algunos asuntos. En la mayoría de los días analizados se pudo percibir un mayor porcentaje de tiempo del telediario destinado al accidente del ministro del Supremo Tribunal Federal Teoría Zavascki, también a las rebeliones que ocurrieron en cárceles del norte y del nordeste del país, con inicio en la del presidio de Alcaçuz, en Rio Grande do Norte. Se pudo notar con relación al tema violencia, totalmente vinculado con las rebeliones, una constancia en los cuatro días analizados. En cuanto al accidente del ministro, se percibió, además de una constancia, una relevancia en el tiempo final del telediario, incluso los días 19 y 20 de enero de 2017 llegó a tener más de la mitad de tiempo del *Jornal Nacional* dedicado a las circunstancias del accidente y los desdoblamientos de ese hecho con relación a la operación Lava Jato.

Según Martini (2000) el periodismo que produce las noticias y forma parte de una realidad social específica permite a los individuos el conocimiento

del mundo. El producto, el trabajo y los discursos de los medios de comunicación se multiplican en los círculos sociales. En este contexto, es importante señalar que en Brasil, según los datos del informe de 2014 del censo realizado por el Instituto Brasileño de Geografía y Estadística (Agencia Brasil, 2016), el 97 % de los domicilios tienen por lo menos un televisor. El *Jornal Nacional* es el programa de noticias visto en el intervalo de tiempo de mayor audiencia del país, popularmente conocido como *horario noble*, y tiene un papel de liderazgo en todo el sector de los medios de comunicación en Brasil como modelo o norte del patrón de periodismo.

Por su liderazgo de audiencia en cada programa que presenta, cuando hay un mayor énfasis sobre una noticia específica, esta termina siendo la tónica de lo que se discute en los otros medios de comunicación, y eso influye incluso en las agendas gubernamentales y las políticas.

Para Martini (2000) en la sociedad del *infoentretimiento* predominan las retóricas sensacionalistas, ya sea en la cobertura de casos políticos, graves problemas de violencia, desempleo o inseguridad. Así, en un contexto de escasa credibilidad en las instituciones y en los partidos políticos, los medios de comunicación se dirigen al público desde la conmoción más que desde la argumentación.

A partir del análisis de cada edición del telediario y los gráficos que mostraron el porcentaje de tiempo de cada bloque, se pudo notar la relevancia otorgada a un evento especial como la muerte de un ministro que era relator de uno de los mayores escándalos de corrupción de la historia de Brasil: Lava Jato, con el intento de generar en la opinión pública una conmoción en torno a esta tragedia.

En 2015, Natalia Aruguete apuntó que los medios son capaces de influir en la opinión pública al destacar ciertas cuestiones y minimizar o simplemente ignorar otras, así cumplen una función *creadora de agenda*, que tiene un impacto en el marco de referencia de los ciudadanos sobre la visión de la política.

Otra característica que surgió del análisis fue una tendencia a la espectacularización de la noticia. En cada programa se dedicó una importante cantidad de tiempo a la violencia, tanto es así que este tema quedó en segundo lugar, detrás de la cobertura del accidente en el que falleció el ministro del supremo Teorí Zavaski.

Cebrián Herreros (2009) apuntó que existe un exceso de espectacularización en la televisión y que la consecuencia de eso es la desfiguración de la información; esa cultura del espectáculo termina pasando por encima de muchos criterios de rigurosidad. Por eso el concepto de información se terminó pervirtiendo, la orientación social, educativa o cultural de la información televisiva fue dejada de lado.

Una noticia o un hecho noticiado, cuando bien explotado, o explotado con un fin específico, según el artículo presentado, acaba convirtiéndose en una herramienta importante en la llamada economía política de comunicación. En 2006, Mosco abordó el concepto de economía política y, entre otras definiciones posibles, señaló que se refiere al "estudio de las relaciones sociales, particularmente las relaciones de poder, que mutuamente constituyen la producción, distribución y consumo de recursos, incluidos los recursos de comunicación" (p. 59). Por su parte, Sánchez Ruiz (2002) afirmó que "los medios son la síntesis de múltiples dimensiones: cuando los medios de difusión son analizados en su operación como industrias culturales, produciendo y haciendo circular mercancías, se hace así una investigación económica, o en el caso específico, una economía política (Sánchez Ruiz, 1992)" (p. 25).

Se pudo notar a partir de este artículo la relevancia de la noticia como un mecanismo para influir en la agenda pública, pero también como una mercancía valiosa, que puede generar dentro del espectro social recursos importantes tanto para el medio de comunicación como para el gobierno o la opinión pública.

Referencias bibliográficas

- Aruguete, N. (2015). *El poder de la agenda: política, medios y público*. – 1ª ed - Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Biblos.
- Becerra, M. & Mastrini, G. (2006). *Periodistas y magnates*. Buenos Aires: Prometeo.
- Cebrián Herreros, M. (2009). *La información en televisión: obsesión mercantil y política*. Barcelona: Gedisa.
- Champagne, P. (2000). La visión mediática. En Bourdieu, P. *La miseria del mundo*. Buenos Aires: FCE.
- Charadeau, P. (2006). *Discurso de mídias*. São Paulo: Contexto.
- Martini, S. (2000). *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. Buenos Aires: Norma.
- Mosco, V. (2006). La Economía Política de la Comunicación: una actualización diez años después. *CIC Cuadernos de Información y Comunicación* 11, pp. 57-79.
- Rincón, O. (2006). *Narrativas mediáticas. O cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento*. Barcelona: Gedisa.
- Sánchez Ruiz, E. E. (2002). La investigación latinoamericana de la comunicación y su entorno social: notas para una agenda. *Diálogos de la Comunicación* 64, pp. 25-36. Recuperado de <http://dialogosfelafacs.net/wp-content/uploads/2012/01/64-revista-dialogos-la-investigacion-latinoamericana-de-la-comunicacion.pdf>
-

Referencias de internet

- Agencia Brasil (2016). IBGE: 40% dos brasileiros têm televisão digital aberta. Recuperado de <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2016-04/ibge-embardada-ate-amanha-10h-0604>
- GloboPlay. *Jornal Nacional*. Disponible en <https://globoplay.globo.com/jornal-nacional/p/819/>

Un mundo para La Tele, análisis de la edición central del noticiero *Telemundo*

El presente trabajo se propone reflexionar acerca de cómo está construido el noticiero central *Telemundo*, a partir del análisis de las emisiones del 26, 27 y 28 de septiembre de 2018, con especial atención en los criterios de noticiabilidad que desplegó, los recursos narrativos y conceptuales a los que apeló y las formas que eligió para realizar las entrevistas en el medio.

Contexto y justificación del caso de estudio

Investida como el dispositivo de sincronización social más potente durante décadas, la televisión tradicional encuentra desafíos múltiples para garantizar esa posición. Los canales generalistas, nacionales y abiertos son desplazados de su centralidad por contenidos, formatos y tecnologías de emisión que eluden su mediación territorial.

Si durante el apogeo de la televisión por cable las alianzas entre grupos de comunicación locales e internacionales habían garantizado la supervivencia de su vieja influencia, el nuevo paradigma de las plataformas y de la superespecialización de los públicos acotó su capacidad de captación de publicidad, mientras restringió su penetración social y cultural.

Las estrategias de adaptación a ese desafío contemplan necesariamente la puesta en valor de su mayor diferencial: el anclaje en el medio local. Un sentido de pertenencia que se promueve como un nexo de identificación entre el canal —una marca— y el espectador por fidelizar.

Como parte de esta estrategia los canales uruguayos han extendido el espacio otorgado a los telediarios dentro de su programación. Con la generación de emisiones de fin de semana, la multiplicación de las ediciones diarias y la ampliación de la franja central de sus emisiones, han maximizado la explotación de propuestas que exhiben esos diferenciales buscados de modo singular.

Otro desplazamiento que acompañó a estos corrimientos —en la frecuencia y tiempo de emisión— fue el de las fronteras del género informativo televisivo con la creciente hibridación de sus contenidos, un fenómeno característico de este estadio de la televisión local.

Frente a este contexto, la edición central del informativo *Telemundo* resultó particularmente representativa del estado de la televisión uruguaya porque:

—Es el principal programa de producción propia de uno de los tres canales privados de señal abierta y alcance nacional, históricamen-

te ligado a uno de los grupos o *familias* que concentran mayor número de medios en el país.¹

—La edición central de *Telemundo* es la más fuerte de un informativo que produce cuatro ediciones diarias, que sumadas ocupan 5 h 30 m de un total de 19 h que programa el canal diariamente.²

—Algunos contenidos producidos para este informativo alimentan a su vez el *magazine* matinal *Desayunos informales*, el *talk-show* *Esta boca es mía* y el vespertino *Tarde o temprano*, por lo que vertebran casi el total de los contenidos de no-ficción emitidos por la señal.

—Sus casi 2 h 15 m de emisión ocupan una de las franjas más fuertes del *rating* televisivo, el horario de mayor disputa en el que el resto de los canales abiertos también incluyen sus respectivos informativos.

Características de la emisión

a) Horario: la emisión central de *Telemundo* está estructurada en tres bloques, con dos paréntesis publicitarios entre ellos. El horario de comienzo pautado en la web oficial del canal es a las 18:55, aunque ninguna de las tres emisiones analizadas comenzó antes de 18:57. A su vez, la hora de comienzo de la telenovela que lo sucede en la grilla está programada a las 21:00, pero ninguno de los tres días el telediario terminó antes de las 21:09.

b) Estética: el plano general que abre cada uno de los bloques presenta a los conductores centrales del informativo ubicados en el centro de un amplio escaparate de trazo curvo. Generalmente, están acompañados por el presentador de “Deportes” y el especialista en “Internacionales”, que se disponen a cada lado. En la escenografía priman los tonos azulados que caracterizan al canal. A la gigantografía de fondo en que se representa un mapamundi profusamente interconectado por vectores luminosos, que unen las principales ciudades como nodos de una red, la anteceden columnas que soportan grandes pantallas verticales con las diferentes imá-

genes institucionales del informativo, que permanecen estáticas. Una pantalla mayor con orientación horizontal adelanta los contenidos del próximo bloque al final del primer segmento y del segundo. Esos adelantos son netamente visuales, con información textual que ocupa un tercio lateral de la pantalla y sin voz en *off*. La pista sonora es ocupada por la cortina musical característica del telediario, compuesta para este fin específico³ y *aggiornada* en 2015 como el resto de la imagen del programa.

En suma, toda la escenografía del plató de aspecto tecnológico, la intervención gráfica repleta de falsas pestañas en diferentes niveles de opacidad y la puesta en plano trabajada por capas remiten al entorno web o informático, además de buscar referir a cierta pulcritud, la de la tecnología inocua libre del error humano. Se presenta, también, como un lugar singular, diferente y jerarquizado frente a la cotidianidad del espectador.

c) Planos: los planos generales de apertura y cierre de bloque cambian a un plano medio cada vez que la atención se requiere sobre uno de los presentadores. Si se pasa a un móvil en vivo, el movilero y el presentador que lo introduce —generalmente con un intercambio sobre el evento que se está reportando— comparten la pantalla y ocupan cada una de las dos ventanas en que se subdivide la imagen. Un zócalo gráfico contextualiza a manera de título y una pestaña superior señala cuál de las imágenes procede del estudio y el lugar desde donde transmite el móvil en vivo. Un fondo de flujos dinámicos computarizados potencia la sensación de inmediatez y tiempo real. En toda la emisión nunca deja de aparecer un pie de imagen con la hora, la temperatura y las redes sociales del informativo.

Las columnas o los informes específicos se presentan en un plano entero del especialista, de pie, quien comparte plano con una pantalla de su tamaño con infografías. Eventualmente, un plano medio abierto alterna entre el especialista, el conductor —cuando se requiere un diálogo para dinamizar— y la pantalla mencionada. Ambos, conductor y especialista, de medio perfil, mirándose.

Información en primera persona I: los presentadores

El dúo compuesto por Aldo Silva y Claudia García conduce esta época del informativo, acompañados por Martín Sarthou en “Internacionales” y Alberto Kesman en “Deportes”. El estilo de los presentadores centrales es *aséptico* en cuanto a los comentarios y la gestualidad, formal en cuanto a la apariencia y amable en el tono. La imagen que han construido es de imparcialidad, sus apariciones en medios son cuidadas en relación con la toma de posición sobre aspectos públicos sensibles. Así, por ejemplo, Silva reconoció haberse arrepentido de hacer público su partidismo deportivo por los inconvenientes que la confesión produjo en su vínculo con los espectadores. Este informativo parece apostar su credibilidad a la imagen de neutralidad proyectada por los conductores centrales, en el pasado objeto de polémica por su sesgo y su intento de influir electoralmente.⁴

Asimilar a los presentadores centrales como los principales o exclusivos *gatekeepers* de la información de un telediario es un lugar social común, un error que, más que al desconocimiento de los mecanismos de producción de contenidos, obedece a lo que se mantiene por dentro del cuadro y lo que queda por fuera. Nótese, en esta línea, que la totalidad del *staff* —incluida la dupla de gerentes periodísticos— es prácticamente ininteligible dentro de los créditos del telediario, apenas enunciada rápidamente en una porción del zócalo o *footer* gráfico en la despedida de cada emisión.

Discusiones, por deporte

La información deportiva obedece a otros criterios y permite otra implicación por parte del presentador principal del segmento. Alberto Kesman es la imagen más clásica de un informativo con el que se vincula hace 41 años. Su estilo tradicional de relato deportivo radial está atado a concepciones también clásicas sobre lo que debe ser el fútbol, la competencia y la hombría. Confrontar con los defensores

de la novedad —en el estilo del relato, en los reglamentos, en la forma de juego de la selección, etcétera— ha sido parte de su impronta y condición de su éxito. Kesman no se reserva opiniones y para estimular esa aptitud como polemista, el canal contrató una contrafigura más joven con posiciones opuestas, para presentar juntos las noticias centrales del segmento, con suficiente espacio para que los diálogos y contraargumentos alimentaran los 24 m 30 s que promedió el segmento de “Deportes” los días analizados. Esta licencia para opinar parece ser aceptada por el público en el tratamiento de la información de este tipo, pues es el formato que la sección ha tomado en el resto de los canales en los que los nombres propios varían pero se comparte el estilo, además de ser la fórmula más extendida entre los programas específicamente deportivos.

Señalar el mundo

Las noticias internacionales son presentadas por Martín Sarthou. Su especialización conjuga formación y trayectoria. Aunque por mucho tiempo se desempeñó como conductor general de la edición nocturna, sus coberturas como enviado a zonas de conflicto o catástrofe han fortalecido su identificación específica con el segmento.

El necesario protagonismo de su punto de vista emerge del tratamiento que debe dispensar a los crudos de las agencias de noticias o a las imágenes extraídas de cadenas internacionales. Se requiere de una traducción, una contextualización y un eventual anclaje en el medio local, tareas que definen su rol.

Esa personalización de sus coberturas y especialmente su selección de noticias han sido blanco frecuente de críticas entre sectores de la comunidad hebrea del país, por ejemplo, que lo identifican como propalestino. Es que el permanente foco en conflictos o situaciones específicas y la ausencia de otras realidades son causa de reproche entre grupos de opinión de diferente influencia. El objeto de cuestionamiento, cuando la identificación con la sección es tan directa, no son las imágenes producidas

desde lugares remotos por proveedores internacionales de servicios especializados, tampoco el medio que avala esa presunta línea editorial; se pone en el punto de mira al presentador como responsable primario de dirigir el dedo que señala hacia el exterior.

Criterios de noticiabilidad

En las emisiones analizadas, al tomar como indicador el lugar en que fueron emplazadas las noticias, es decir en qué segmento del telediario se ubicaron, además de la forma en que fueron seleccionadas para su reaparición o adelanto durante la *puesta a punto* del informativo, pudimos inferir algunos de los criterios que maneja *Telemundo* (Imagen 1).

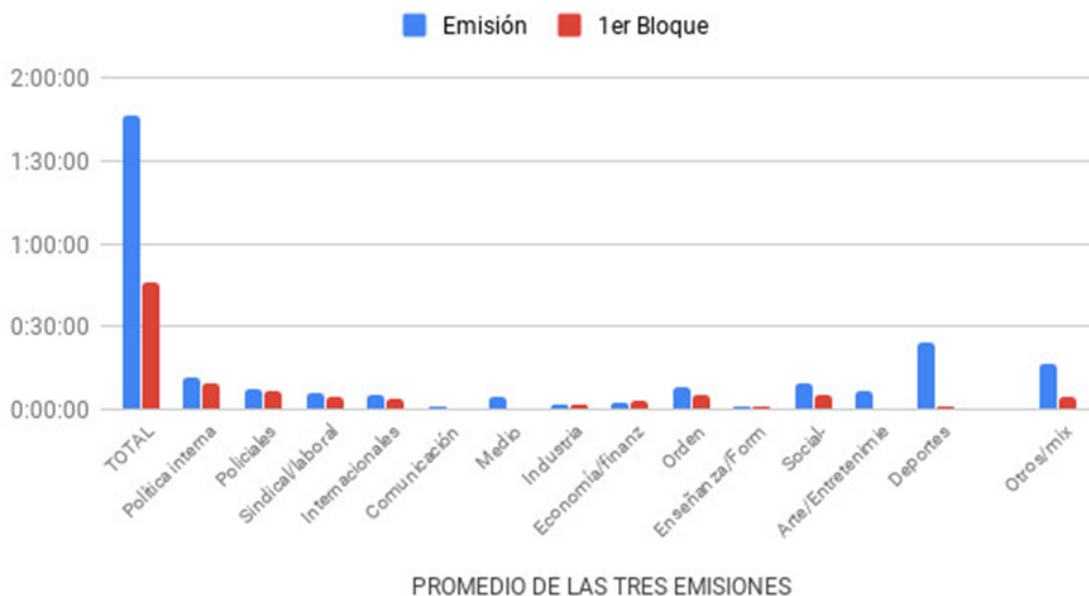
Policiales: sobre lo que sucede y lo que habrá de suceder

6 m 55 s de los 7 m 39 s que dedicó en promedio *Telemundo* a los “Policiales” entre el 26 y el 28 de septiembre fueron exhibidos en el bloque inicial. De esos minutos, casi la totalidad ocupó alguno de los 15 m iniciales. Noticias de impacto social alto —como el asesinato de una mujer a manos de su pareja—, otras que cuentan con imágenes espectaculares —como una persecución policial que derivó en un accidente de tránsito captado por cámaras de vigilancia— presidieron el primer bloque.

Otras veces, la noticia no es lo que sucede, sino *lo que se prevé que sucederá*. Como, por ejemplo, un operativo policial dispuesto para prevenir los

Imagen 1

Disposición de las noticias por tema: Total de la Emisión y Primer Bloque



Disposición comparativa de las noticias según su clasificación. Promedio conjunto de las emisiones del 26, 27 y 28 de septiembre de 2018. Fuente: elaboración propia.

desórdenes que acontecen con regularidad durante los festejos del aniversario de Peñarol. Así, un móvil en vivo se instaló el día 27 y transmitió durante 5 m desde la zona de la ciudad donde se habían colocado, de manera preventiva, vallados y una formación policial. Desde allí, se dio cuenta del operativo mientras imágenes de archivo repasaban los daños contra la infraestructura y los desmanes ocurridos en 2016.

La espectacularidad mostrada en la secuencia de imágenes de sucesos pasados tiene el mismo efecto que la música que acelera el suspenso en una película de género, preanuncia una fatalidad e instala cierta conmoción que podrá verificarse en el presente o no. La edición del día 28 mostró que los daños fueron menores y muy aislados, pero todo se había montado de tal forma que debía corresponderse a la expectativa generada. Entonces, se hizo foco en la detención de seis hinchas de Nacional que *circulaban fuertemente armados* en cercanías del estadio de Nacional a la hora de los festejos. Se dio a entender que tenían antecedentes, que los liberados eran inimputables por ser menores y que la Policía había detenido al grupo tras tareas de inteligencia para desarticular un enfrentamiento previsto. Un móvil en la sede penal aguardaba más datos mientras repetía *trascendidos* de fuentes, en espera de la formalización judicial. Finalmente, en vivo durante el segundo bloque, el conductor indagó al periodista del móvil por la exigua prohibición de tres meses que recibió uno de ellos para ingresar a espectáculos como toda pena por el porte ilegal de arma de fuego. El movilero citó a la fiscal cuando adujo que ese porte ilegal era todo lo que se podía probar en esa instancia. Una pena notoriamente insuficiente, dejó traslucir el conductor. Dada la guardia periodística, los tres móviles en vivo que totalizaron 10 m 10 s durante dos días, la repetición en adelantos y la puesta a punto, los hechos reportados sí parecieron insuficientes.

Como indicó Cebrián Herreros (2009), los noticieros ofrecen “una versión de las muchas posibles de lo que acontece en una sociedad” (p. 15). Esta versión es la de la conmoción, la del peor escenario. Como cuando antes de que un huracán toque

suelo en zonas particularmente notorias, se dedican horas completas a seguir su trayecto a través de mapas satelitales para que una especie de expectativa defraudada acompañe o sustituya al alivio propio del cambio de nivel de alerta y el gesto del comentarista o el reclamo termine ilustrando la desmesura de la espera.

Por el fuerte *impacto social* que tienen localmente los enfrentamientos entre hinchas, esta información fue despojada de su trivialidad, investida de relevancia por los hechos que recuerda o prefigura más que por la importancia del delito devenido en falta ordinaria.

Hubo otros casos, como la sentencia judicial que cupo a los culpables de un homicidio con descuartizamiento en Maldonado (edición del 27/09), que sirvieron para volver a traer al presente noticias cuyos detalles morbosos impactaron por su *ineditismo*. Imágenes de la fachada de la sede judicial y la marcha en la noche de un vehículo policial ocuparon la banda visual mientras la voz en *off* recordaba el detalle macabro de aquel tanque metálico, el depósito final de los restos desmembrados de Jesús María Cáceres Núñez.

Es que el *policia* tiene consolidado un lugar de privilegio entre las noticias por su capacidad de conmoción más que por su importancia relativa para grandes capas de la población; también porque es la forma en que algunos actores o realidades encuentran para hacerse socialmente visibles (Rincón, 2006).

Así, descontextualizado y desprovisto del espesor sociológico e histórico que se reservan para otros —pocos— focos de atención, una imagen viralizada de un recluso carcelario forzado a decir frente a un celular un parlamento guionado por otro recluso más notorio y poderoso sirvió como ventana para observar *voyeurísticamente* el lugar de reducción que ocupan crecientes franjas de la población, intersticios mediáticos por donde se cuelan realidades solapadas.

Un elemento adicional del ejemplo anterior fue

que quien filmaba —mientras exponía un corte carcelario ante la cámara— decía ser Brian de Los Chingas. Los Chingas venían siendo noticia a partir de algunas acciones del Estado para recuperar terreno en un barrio que el grupo parecía controlar. Los medios televisivos y la prensa en general seguían la trama de esta banda que incluía entre sus procedimientos la expulsión de vecinos y la apropiación de sus viviendas. Con el tiempo el público accedió a las imágenes del lujo en el que vivía La Moni, jefa del clan familiar, y se había sentido reconfortado por la encarcelación de uno de sus hijos tras amenazar a voz en cuello con asesinar a un sociólogo del Ministerio del Interior que comandaba el operativo para recuperar el vecindario. Como en una serie por capítulos, al otro día del suceso carcelario, se mostraron las imágenes de las retroexcavadoras tirando al suelo las viviendas mal habidas. Un epílogo posible en que, narrativamente, parecía restablecerse el orden perdido por el desafío, por la amenaza al poder legítimo. Como señaló Martini (2000):

Muchas veces, algunos personajes comunes adquieren publicidad y se instalan como nuevos actores en el espacio público: se trata por lo general de hechos que provocan un sentimiento de empatía con los personajes o las situaciones implicadas, o que irrumpen con el dato grave e imprevisible, o que permiten al periodista la nota de interés humano o de color (p. 95).

Al margen de la evidente alianza de intereses entre el Ministerio del Interior y un conjunto de medios que sacaron partido de las fuentes que aquel facilitó (la posibilidad de acompañar procedimientos policiales o acceder a imágenes de impacto durante un tiempo prolongado), resultó notable observar en esta serie de noticias por capítulos algunas de las más marcadas necesidades funcionales de la forma televisiva. Un grupo de personajes arquetípicos, con nombre propio. Motivaciones descontadas o inferidas a partir del sencillo repaso de su legajo judicial en algunos casos o reproducidas sin problematización desde una conferencia de prensa o comunicado oficial en caso de los agentes públicos. Se delega, entonces, por economía crítica, en esa autoridad la legitimidad para formular el argumento de la serie.

No se trata tanto de embanderarse ni de un pacto de servicio, se trata más del aprovechamiento de un insumo ya generado, confeccionado a medida de las necesidades del dispositivo. La continuidad en el seguimiento solo saca partido de las líneas narrativas ya construidas y se dispone a explotarlo intensivamente.

Política y sindicales, dos narraciones entre dos polos

Cebrián Herreros (2009) remarcó la forma en que los políticos han adaptado a la televisión su praxis, reduciendo sus propuestas a eslóganes y adaptando su forma de comparecencia al vehículo televisivo. Se pueden observar, a su vez, otros pactos tácitos que en nuestro medio se han generalizado como forma de relación entre los telediarios y el arco político.

Diariamente un móvil en vivo cubre actos de inauguración de locales partidarios, reuniones con vecinos o conferencias frente a grupos de influencia. *Telemundo* parece vigilar escrupulosamente la alternancia del foco, para que nadie se sienta desatendido o excluido. Como contrapartida, los líderes atienden al micrófono las requisitorias del periodista en vivo que cubre los eventos de irregular trascendencia. Frente a él realizan comentarios que fijan posición sobre los puntos de la agenda, lo que resulta muy instrumental a la economía de recursos del noticiero que, además del vivo, extrae y preserva algunas respuestas como comentarios futuros a noticias que en su presentación requieran perspectivas antagónicas como forma de contexto. Estas rutinas de producción, compartidas por los demás canales nacionales, develan también una especie de consenso normativo sobre cómo debe hacerse el trabajo periodístico. Se presentan dos puntos de vista contrapuestos que aparentan ser los exclusivos sobre un asunto y se descuidan otros niveles de análisis o posiciones que romperían con la lógica de la cobertura *equilibrada*.

Con el mismo método, los conflictos sindicales son mostrados a partir de los efectos que para la población tienen las medidas distorsivas, se repor-

tan las posturas de la patronal y los sindicatos en aparente ecuanimidad y haciéndolo se sedimenta la idea que identifica la actividad de organización de los trabajadores como fuente de conflicto y distorsión, otro estado al que al final le llegará su solución, cuando los acuerdos reactiven la actividad suspendida o aletargada.

Información en primera persona II: entrevistados y entrevistadores

El actual *Telemundo* reserva un espacio para entrevistas centrales semanales a cargo de un periodista específicamente contratado para realizarlas. Se trata de Emiliano Cotelo, de profusa trayectoria radiofónica y de quien se decía, durante el apogeo del matinal radial *En perspectiva*, que los políticos se levantaban más temprano por si Emiliano los llamaba. Su estilo sobrio se caracteriza por no eludir los temas más ríspidos de la agenda, sin llegar a situarse como antagonista del entrevistado. Aun así, su presencia salvaguarda la imagen de los presentadores habituales quienes quedan protegidos de los posibles escauceos que algunos temas promueven.

La elección de los entrevistados es sintomática de la jerarquía que el medio otorga a los temas de actualidad. En las emisiones analizadas, la entrevistada fue la ministra de Turismo, porque el comportamiento del dólar en Argentina y Brasil hacía prever una mengua en la actividad turística estival con repercusiones en las expectativas de ingreso y empleo. En paralelo, la quita de beneficios tributarios a un congreso por el perfil ideológico de los conferencistas reforzó la atención sobre este ministerio. Cierta aire de comparecencia frente a un magistrado se pone en escena en estas instancias y el saludo final entre ambos suele recomponer la sonrisa de quien se somete a la indagatoria.

Lo anterior se contrapone al tono mayormente condescendiente, el tono habitual cuando el entrevistado es un anónimo frente al micrófono de un periodista encargado de cubrir en el lugar una noticia o evento. Sea la niña de 7 años que definió con su gol el clásico de fútbol infantil o el recluso que

tras purgar su pena pide una oportunidad laboral a la sociedad, las historias de vida son contadas de modo tal que favorecen el rango humano de los entrevistados, especie de *médiums* entre fenómenos sociales complejos —integración de la mujer a espacios antes restringidos, mejora de algunos programas alternativos de reeducación de delincuentes— y la comprensión social de estos.

Información en primera persona III: especialistas

Además de los especialistas en “Internacionales” y “Deportes”, *Telemundo* reserva espacios semanales para una columna de análisis económico y otra político-electoral. Para acompañar sus exposiciones, que implican un grado de análisis más profundo que el habitual, sus presentaciones son acompañadas por material gráfico rico en datos o, en el caso del análisis de la tendencia electoral, una ilustración asimilable a la viñeta satírica de los periódicos. Este apego a la tradición de la prensa escrita, además de reconocer su preeminencia en algunos asuntos, constituye una evidencia de la dificultad de encontrar formas televisivas propias para encarar algunos niveles de análisis. De hecho, la presencia a cuerpo completo del columnista en diálogo con el presentador es fácil de asimilar a la puesta en escena de una lección, una forma de exposición que asume la complejidad de encontrar un idioma propio para explicar una tendencia o proceso.

El desplazamiento y el vivo

Siguiendo a Gomis (1991), Stella Martini (2000) ubicó al desplazamiento como una instancia privilegiada para la cobertura periodística. De este modo planteó que “Son útiles para la práctica periodística porque son hechos anunciados, previstos, con una organización detrás, y resultan más fácilmente abordables, y son muy adecuados para la televisión, por su carácter visible, notorio y espectacular” (p. 95). El día 28 de septiembre *Telemundo* cubrió la Marcha por la Diversidad. Nacida como una forma de reinvin-

dicación de colectivos relegados en su legitimación y visibilidad, fue creciendo en tamaño y aceptación hasta convertirse en un evento reconocido de oficializada influencia. El móvil que acompañó el evento sumó tres salidas en vivo y transmitió durante 14 m alternando imágenes de color, entrevistas a activistas emocionados y tomas panorámicas de la multitud que copaba la calle.

Con foco en esta cobertura se pueden distinguir, para finalizar y de forma sumaria, algunas de las condiciones que se repiten a la hora de televisar una noticia:

- a) La facilidad para comprender lo que está sucediendo, pues hay un evento con nombre, proclama e identidad clara de los organizadores.
- b) La adecuación de la agenda de medios que, anclados en la sociedad que los promueve, han aceptado los *nuevos derechos* como valores estandarizados y consensuados en grandes porciones de público y, por ende, integrados a sus prácticas profesionales.
- c) El rédito del evento en términos de economía de producción, porque con una única unidad de producción de contenidos se *ocupan* muchos minutos de emisión.
- d) La naturaleza visual del acontecimiento, en sí mismo, performático.

Algunas conclusiones

El visionado de estas emisiones hizo posible valorar hasta qué punto las reglas generales sobre la información y sobre la televisión aplicaron al caso, así como detectar algunos procedimientos y estrategias con los que este noticiero se ha adecuado a la realidad económica de los medios y a la realidad política del país.

Por un lado, el carácter narrativo de la máquina televisiva formatea los contenidos en busca de personajes, conflictos, emociones e identificaciones y este aspecto es anterior e indiferente al formato y

el género; aplica de igual manera al entretenimiento, a la narración deportiva, a la ficción, al documental y al informativo.

Aparte de esa condición anterior, de la función narrativa de la televisión, existen otras constantes que no deben perderse de vista. La rutinaria estandarización en los modos de producción de contenidos es propia del carácter mercantil del medio. En sí mismo, un telediario es una línea de producción montada racionalmente para sistematizar la generación de insumos televisables que conciten la atención de un volumen de público atractivo para los anunciantes. De ahí que el nivel de experimentación sea mínimo y la repetición actualizada de fórmulas vigentes, el mejor procedimiento. Todos los criterios de noticiabilidad anotados antes se corresponden estrictamente con constantes observadas y descritas con anterioridad y en otros escenarios. Su correspondencia exacta habla tanto de la capacidad de observación de los teóricos como de la naturaleza conservadora del medio televisivo.

Las derivas éticas, el provecho social de los contenidos o perspectivas y el factor de formación cultural de sus audiencias son todos niveles de análisis ulteriores de aspectos menos determinantes que la confluencia entre economía de recursos, límites técnicos y tradición narrativa de un medio que es ante todo, como insistió Rincón (2006), una forma entretenida de “experimentar la realidad” (p. 166).

La adaptación a la situación política del país, donde la izquierda política se ha consolidado en el poder durante los últimos tres períodos electorales, ha sido leída como un pacto de no agresión entre los grupos económicos que usufructúan el espectro radioeléctrico y el Frente Amplio. Se presentan como evidencias de ese pacto la falta de una ley realmente democratizadora de la comunicación audiovisual, por un lado, y la percepción de un cambio de tono en el tratamiento de la información política como contraprestación, por otro. En ese viraje, la izquierda no aparece más como una amenaza al *statu quo* sino que es aceptada como un actor legítimo y central. Se ofrece, además, como explicación de este

cambio el potencial instrumento de domesticación en que puede transformarse la pauta oficial, de creciente importancia para un medio jaqueado por la mengua del flujo publicitario. Habrá que discernir, sin embargo, cuántas de esas percepciones corresponden efectivamente a las estrategias de relación de los canales como empresa y cuánto a la inercia propia de un medio cuya supervivencia requiere de la adecuación a los valores y sensibilidades de las mayorías.

Así las cosas, *Telemundo* se reveló como una propuesta que intenta concentrar los esfuerzos de un canal específico para adaptarse a las tensiones contemporáneas que horadan la posición de la televisión abierta. En esa concentración, se transformó en un representante de un macrogénero que reúne los instrumentos más clásicos del noticiero informativo con rutinas e insumos híbridos, especie de préstamos que el medio otorga al último reducto de una forma cultural en retroceso.

Notas

¹ El Grupo Cardoso-Scheck controla la Sociedad Televisora Larrañaga SA, empresa titular de Canal 12 (Teledoce Televisora Color o La Tele, desde 2004), la empresa de televisión para abonados Nuevo Siglo y el semanario *Búsqueda*. Además, es copropietaria junto a los accionistas de los otros dos canales nacionales, privados y abiertos (Canales 4 y 10) de la empresa de cableado Equital, el cable de Maldonado Punta Cable y del servicio de televisión para abonados por antena Multiseñal. Los también propietarios del grupo supermercados Disco, han acrecentado el control desde 2011 sobre un canal que nació vinculado al diario *El País*.

² *Telemundo de mañana* (de 7:00 a 8:00), *Telemundo mediodía* (de 13:00 a 14:30), *Telemundo al cierre* (de 1:00 a 1:45) son las emisiones restantes.

³ Autor: Carlos Cotelo Zirolo para Punto Ogilvy & Mathers Uruguay y Teledoce Televisora Color.

⁴ Hasta 2002 y durante 18 años Teledoce fue conducido por Neber Araújo, que solía hacer comentarios breves al final del *tape* o *editorializar* con una mueca. Su sesgo fue señalado desde la izquierda política y llevó incluso a realizar pegatinas y cartelería pública donde se convocaba a dejarlo “hablar solo”.

Referencias bibliográficas

Cebrián Herreros, M. (2009). *La información en televisión: obsesión mercantil y política*. Barcelona: Gedisa.

Martini, S. (2000). *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. Buenos Aires: Norma.

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

Medios locales



Analia Fraser

Universidad Nacional de La Plata, Argentina.

Mercedes Torres

Universidad Nacional de Quilmes, Argentina.

Ruth Fernández Cobo

Universidad Nacional de La Plata, Argentina.

Somos La Plata, la región como noticia

En el presente trabajo abordaremos la edición central de *Somos Noticias* que se emite por el canal televisivo Somos La Plata y se ubica en la grilla de programación a partir de las 19:00. Las emisiones analizadas corresponden al 6, 7 y 8 de febrero de 2013.¹

En la temporada de verano el noticiero es conducido por Belisario Martínez y está al aire durante una hora; el resto del año los conductores son Fabián Vítola y Sandra Di Luca y el programa alcanza una extensión de dos horas, de 19:00 a 21:00.

Para el análisis no solo tomamos autores de referencia en la temática, sino que además decidimos obtener la palabra directa de quienes componen el *staff* del noticiero, para entender el movimiento de la *cocina* y, a su vez, pensar en conjunto las categorías de análisis propuestas. Los entrevistados son Marcelo Gálvez, gerente de programación del canal, y Yamila Barrera, productora del noticiero. En ambos casos se trata de comunicaciones personales realizadas en febrero de 2013.

El criterio principal de noticiabilidad refiere al ámbito regional de La Plata, Berisso y Ensenada. Así, junto con Stella Martini (2000), es posible afirmar que “la proximidad geográfica de un acontecimiento se conecta con los centros de interés del público” (p. 15). Lo noticiable se vincula con la proximidad a la cotidianidad de los receptores. La cercanía instala los temas. Como propuso Marcelo

Arias en su tesis (2012): “La categoría de noticiabilidad certifica el carácter convencional que organiza el relato noticioso televisivo” (p. 9). En las emisiones analizadas lo noticiable tiene que ver con la agenda política provincial y municipal, hechos sociales y policiales de la región. Por ejemplo, paritarias docentes provinciales, tren universitario, nena electrocutada en el Barrio Aeropuerto. De esta manera, la clasificación de la realidad gira en torno a sindicatos, obras y eventos relacionados con las actividades y responsabilidades estatales.

Yamila Barrera, productora del noticiero, explicó que:

Tenemos la *parrilla* de Berisso, de Ensenada y de La Plata. La ciudad y la región tienen un montón de actividad, a veces decís no pasa nada en Berisso y pasa de todo en Berisso. También es una lucha interna dar más lugar, no solo a La Plata, salir un poco de esta mirada hegemónica. Pueden pasar cosas tan trascendentes en Berisso como en Ensenada y en La Plata.

Para pensar lo cercano, lo regional o comunitario es primordial recuperar los aportes de Jesús Martín Barbero (2008):

Hoy, decir comunitario no es decir alternativo en ese tono pretencioso, ya que existe, en términos de política, un tejido cada vez más

denso de redes de medios comunitarios que ya no viven solo de lo que pasa en su lugar, en su pequeño territorio, sino que se piensan conectados, intercambiando y proyectándose al mundo (p. 8).

Si trasladamos esta segmentación de la noticia al escenario nacional, podemos pensarlo en palabras de Mabel Grillo (1997):

La persistencia de los noticieros dirigidos a audiencias nacionales es lo que ha llevado a Eliseo Verón a afirmar que la circulación del informativo televisado es «culturalmente cerrada» dado que la producción y reconocimiento de los mismos quedan enmarcados en un mismo contexto nacional (p. 66).

Más allá de las cuestiones políticas o ideológicas de cada empresa, se supone que la decisión sobre lo que es noticia se sustenta en valores más o menos reconocidos (proximidad geográfica y temporal, interés humano, relevancia, impacto social, número de personas afectadas, credibilidad de la fuente, etc.) que están en la base de la selección de “un fenómeno de percepción del sistema” para transformarlo en “un fenómeno generado por el sistema mismo” de este modo la noticia ya no es un hecho sino una narración (Farré, 2004: 31).

Dos criterios importantes para analizar son la temporalidad y la actualidad, ya que las noticias seleccionadas se extraen de la agenda de los medios televisivos y radiales y de las redes sociales. La escasa cantidad de personal que tiene el noticiero redundante en una estructura insuficiente para trabajar con la imprevisibilidad, la originalidad y el ineditismo de los acontecimientos (Martini, 2000). Según Marcelo Gálvez, jefe de programación de Somos La Plata:

Nosotros vamos detrás de lo que se genera más que ser generadores de noticias. Hay temas que particularmente nos interesan más, pero lo que tendemos a hacer es cubrir toda la agenda política provincial y municipal: Berisso, La Plata y Ensenada, esa es la plataforma

cotidiana, y después también tenemos quejas vecinales, lo cultural, sobre todo lo independiente y regional. En realidad estos canales son la alternativa a los canales de aire, entonces se produce desde ahí, de lo nacional solo lo ineludible.

La estructura del noticiero se basa en trabajar con los temas del día y se hace un seguimiento en las emisiones posteriores. No es un dato menor que carezca de móviles en vivo que son funcionales a la idea del periodista que relata en el lugar de los hechos y da cuenta de la relación con el espectador en la verosimilitud de los acontecimientos. Al respecto, Gálvez señaló que:

A mediados de año contaremos con un móvil. Nunca tuvimos, en una época se alquiló alguno, pero no tenemos, entonces, eso también condiciona la forma de construir la noticia. La *diferencia de calidad* del noticiero está en el vivo porque es lo que lo separa de internet.

Martini (2000) establece que las rutinas de producción son formas realizativas cotidianas que desembocan en una forma de pensar la realidad. En este sentido, Yamila Barrera nos comentó que se manejan todos los días de la misma manera. Por la mañana tienen una pequeña reunión de producción para elegir las temáticas que abordarán y que cubrirán con cuatro equipos de cámara y cronista:

Nosotros arrancamos a las 8:00. Lo que hago es una *barrida* en los medios para ver qué pasó en el diario. Tenemos un sistema de posta, a la noche los chicos me dejan el guión, “esto es todo lo que hicimos”, entonces hay notas que me recomiendan, “tal está buena, tal reeditala”, frente a lo que ya se hizo la noche anterior. Siempre estoy escuchando la radio y viendo tele, Twitter y Facebook. Estamos todos en simultáneo y vamos viendo qué pasa.

Si pensamos en términos de construcción de la realidad, se trata más de mostrar los acontecimientos que sean relevantes dentro de la agenda cotidiana.

na que de elaborarla a través de los recursos narrativos audiovisuales. Lo anterior de alguna manera se relaciona con el criterio de evolución futura de los acontecimientos, ya que no configura un criterio sustentado por una convicción que defina lo que es importante para seguir manteniéndose en pantalla, sino que seguirán presentes en caso de ser retomados por otros medios (Martini, 2000). Sobre esto, Marcelo Gálvez señaló: “Nosotros vamos detrás de lo que se genera más que ser generadores de noticias”.

En cuanto al criterio que tiene que ver con la jerarquía de los personajes implicados, en las emisiones analizadas están asociados a delegados gremiales y personalidades políticas de la región (Martini, 2000). Es interesante destacar que en estas emisiones no hay una presencia del público como actor social, solo en contados casos se puede vislumbrar una participación que está asociada generalmente a notas de color.

Recursos narrativos y conceptuales

El noticiero cuenta una historia, narra una visión del mundo al espectador. Cada noticia formula una narración que comprende, a su vez, una enunciación y un enunciado. Existe un enunciado responsable del sentido que se propone. Además, en su elaboración colaboran diversos emisores y participan múltiples mensajes, la imagen del autor se evidencia en los encuadres, movimientos de cámara y montaje, la voz de la dirección, exhibición del plató, música y efectos sonoros, títulos, luces y colores, etc. (Farré, 2004).

El principal recurso narrativo como fuente de información que ha sustentado la estructura de *Somos Noticias* fue la entrevista. Recurso presente en casi todas las notas de las emisiones analizadas. Esto se reafirmó con las palabras de Yamila Barrera: “Generalmente, lo que se busca es la entrevista. Si no se consigue, se construye a través de la imagen. Si no hay testimonios, recurrimos a un informe”.

En el visionado advertimos que la palabra del

protagonista se presentaba con planos pecho. Había allí una intención de reforzar la oralidad del testimonio. Las notas solían ser extensas y estar acompañadas de imágenes que solo tuvieran una descripción del lugar donde se desarrollaban los hechos, con planos de situación y en algunos casos imágenes de archivo.

En cuanto a la edición, los entrevistados mencionaban que del material en bruto se cortaban los testimonios desde el criterio discursivo y narrativo de cada editor. Luego, se insertaban imágenes recabadas junto con la entrevista e imágenes de archivo. Igualmente, se daba una comunicación constante entre el editor y el productor en cuanto a la búsqueda de material de archivo para *tapar* al entrevistado. Marcelo Gálvez explicó la metodología:

Ahora con lo digital tenemos todos los archivos de noticias centralizados en lo que se llama *Squid*. Entonces, por ejemplo, se busca una nota que ya salió y si hay una novedad en el caso, ya lo tenés listo para emitir. Para un hecho de último momento, directamente con lo que sale en la web, el cable y lo que ya tenemos, sumamos una voz en *off* y corre la noticia.

Esta metodología pudimos comprobarla en las notas relacionadas con los preparativos para el carnaval. Mientras el conductor transmitía los horarios y lugares donde se realizarían las actividades durante el fin de semana, se veían imágenes de comparsas de años anteriores.

En cuanto a los formatos periodísticos, solo se destacaron las crónicas. Se debe tener en cuenta que debido a la estructura limitada, que no permitió cubrir con mayor profundidad determinados sucesos o temáticas, no hubo informes especiales, transmisión en directo con móviles, enviados especiales, corresponsales o columnistas. Sin embargo, y más allá de que no se observan en las tres emisiones analizadas, Marcelo Gálvez señaló que:

Hay otras noticias que se producen con un poco más de tiempo. Esas notas que se hacen

con tiempo y no son tan de actualidad, se les pone música, se redacta un informe y en general están más producidas.

Con relación a los anticipos, el análisis demostró el uso de adelantos de noticias que se desarrollarán en el siguiente bloque, generalmente acompañados de imágenes de accesos a la ciudad. La única publicidad que se mostró bajo el logo del noticiero fue de la empresa de telefonía celular Personal.

Los recursos y elementos —ya mencionados— forman parte de un pacto comunicativo que tiene principios reguladores, a través de los cuales se crea un sistema de expectativas y un contrato tácito acerca de lo que se espera (Farré, 2004). Así, los espectadores aceptan *a priori* como verdadera esta narración y la entienden como una *conversación simbólica*, en la que el sentido es conformado y negociado por medio del texto que se expresa en las elecciones técnicas, la escenografía, la postura, los gestos y el tono de voz del conductor y del locutor.

Un aspecto para destacar del noticiero *Somos Noticias* es la función del conductor. En los casos analizados el conductor Belisario Martínez se dirigió al público de manera informal, sonrió en varias oportunidades, además tuvo un desempeño muy activo dentro de cada emisión, no solo en la presentación, sino que muchas veces intervino con la voz en *off* de las notas. Pocas veces emitió un juicio de valor o una intervención para el cierre de las notas. Lo anterior, solo se pudo ver en los casos analizados en noticias referentes a la salud como el abrazo al Hospital de Niños por falta de insumos. Es importante destacar que en emisiones posteriores a las analizadas, el noticiero fue conducido por Sandra Di Luca, lo que marca la ausencia de una estructura fija de conductores, teniendo en cuenta además que esto incide en la relación de identidad e identificación que se establece con el receptor. Sobre este punto, Yamila aclaró:

Ahora se está pensando una estructura para que circulen más en el piso, que haya rotación, haremos una prueba a ver qué pasa, no hay protagonismo, pero el punto es la estructura,

porque a veces somos muy pocos, entonces no podés garantizar que esa persona esté siempre.

Es interesante repensar el modelo de conductor que propone el noticiero. Al respecto, Marcela Farré sostuvo que:

En el pacto de lectura mediático el espacio televisivo es central. Actúa como intermediario entre el ámbito privado y el espacio de lo real, transformando a este último en espacio público. La mediación se efectúa por la presencia del conductor, figura clave porque de él depende el éxito de la negociación (2004: 3).

Es decir que la figura del conductor es necesaria para que ese pacto se lleve a cabo. Teniendo en cuenta que en la historia nacional las parejas televisivas que conducen los noticieros están tan incorporadas a su identidad, es llamativo que en *Somos Noticias* se propongan desnaturalizar la presencia del rol del conductor.

En este sentido, Farré (2004) enfatizó que:

Las representaciones del conductor y el espacio que lo rodea y lo construye serán las que generen esa ilusión de continuidad entre el medio/el acontecimiento/el espectador: la ilusión de estar participando de los hechos a través de la ventana al mundo en que se ha convertido la pantalla (p. 3).

En cuanto al emplazamiento de la información y la ubicación de cada bloque, se puede destacar que al inicio de cada emisión el conductor actualizaba los datos del tiempo y lo volvía a hacer hacia el final del noticiero. La nota principal estaba ubicada en el primer bloque. Sin embargo, es evidente que no hubo un criterio de ubicación de contenidos, sino que estos se presentaban de manera aleatoria. En los dos primeros bloques aparecieron *breves* que fueron presentadas bajo el rótulo *título*, consistían en informaciones de índole nacional y provincial, que carecían de base ya que no tenían sustento particular ni documento que las certificara. El noti-

ciero no tiene secciones fijas. Estas son cuestiones que se están revisando para mejorar. En efecto, Yamila enfatizó: “Secciones fijas no hay, trato de que haya deportes, de que haya policial... pero bueno algo voy a hacer”. En el visionado se pudo constatar que tuvieron preponderancia las obras de infraestructura y los eventos culturales de los tres municipios.

En cuanto a los recursos estilísticos, el logo del noticiero es similar al del canal, esto se debe a que forma parte de su línea editorial. Los zócalos responden también a la estética del canal: color azul con la tipografía en blanco. Las vías de comunicación están constantemente al aire: Facebook, teléfono, canal de YouTube y correo electrónico. Como cierre de bloque se muestran imágenes de las tres ciudades.

A los criterios de noticiabilidad que ya mencionamos, resulta interesante agregar otras determinaciones que Farré (2004) considera indivisibles en la construcción estratégica de sentido. La autora sostuvo la pretensión de añadir las determinaciones que provienen de la política editorial del medio, las presiones de los anunciantes y otros valores menos precisos que descansan en la rutina de redacción como un hábito no cuestionado.

Frente a ello, en el caso analizado, vale destacar que Somos La Plata es una señal de Cablevisión, del Grupo Clarín. A pesar de ello, en *Somos Noticias* no se manifiesta un tono político que repercuta en las decisiones estructurales de las notas. Al respecto, Yamila nos contó que:

Siempre hay que buscar la otra versión, es decir, si criticamos al oficialismo, también a la oposición, eso sí es una bajada que tenemos. Siempre tiene que estar la otra opción, no es que hay una sola campana, más pensando en esta cuestión de la discusión del Estado nacional y el Grupo Clarín.

El eslogan es un indicador de la identidad que plantea cada noticiero. No obstante, *Somos Noticias* no tiene ninguno, ni para comenzar ni para terminar cada emisión. El noticiero no refuerza ese vínculo,

pero se puede vislumbrar que se encuentra tratando de profundizar el carácter identificador interno y en relación con la audiencia. La productora ha cuestionado no tener una identidad justificada:

Acá hay una lucha, una mezcla de tres canales. El grupo se fue fusionando, están los del canal de Berisso, los de La Plata y los del canal de Ensenada. Entonces, empezamos a reformular un canal hacia adentro, es muy incipiente porque no hay algo escrito. Si decís cuál es la historia del canal, nadie hizo nada, no hay registro, va saliendo medio intuitivo.

Reflexiones finales

En líneas generales *Somos Noticias* es un noticiero regional con grandes capacidades en cuanto a la gente que día a día trabaja en pos de buscar la noticia, pero la estructura reducida con la que cuenta limita la posibilidad de generar un relato eficiente ante la multiplicidad de problemáticas que tiene la región.

Es necesario aclarar que las emisiones analizadas están enmarcadas dentro del período estival, razón por la cual, y haciendo referencia a la escasa estructura, el trabajo se dificulta aún más, ya que deben cubrir la realidad con menos personal que en otras épocas del año. Es preciso explicitarlo puesto que los ejemplos estudiados denotan una escasa amplitud de protagonistas, temáticas propuestas y recursos audiovisuales que construyan una idea acabada de noticiero regional.

Los recursos narrativos son austeros, las notas se ven empobrecidas por la falta de construcción del espacio audiovisual donde se desarrollan los hechos. Se maneja un código básico en la presentación de la noticia: testimonios e imágenes acompañan de manera ilustrativa. No hay originalidad artística en cuanto a la dinámica audiovisual.

Lo cierto es que más allá de las dificultades tecnológicas, los nuevos coordinadores y productores se encuentran en pleno proceso de reformula-

ción para afianzar la cohesión informativa y con ello una estética coherente a nivel narrativo y estilístico de las tres localidades.

Creemos que esta nueva mirada será sumamente beneficiosa teniendo en cuenta lo trascendental que es contar en la región con un noticiero que hable desde cada lugar, desde cada barrio. Es sabido que los llamados noticieros nacionales de canales abiertos reproducen las noticias de la capital como noticias nacionales, solo en sucesos excepcionales cubren lo que acontece fuera del ámbito de la capital. Por eso es tan importante que, como parte de la región, podamos encontrar en la noticia al vecino, reconocer una calle o problematizar con

quienes nos representan políticamente de manera más cercana. Se trata, al fin y al cabo, de un derecho establecido por la Ley 26522/09 de Servicios de Comunicación Audiovisual.

Por último, es importante señalar que el fenómeno de la enunciación informativa es un entramado complejo en el que intervienen múltiples factores. Por ello consideramos que el noticiero debe reforzar no solo lo discursivo, sino también sus efectos de inmediatez y sobre todo profundizar la relación con el espectador, para que la audiencia pueda entrar en esa red y se sienta parte de una realidad que, en definitiva, se construye entre todos.

Notas

¹ Este artículo permite desandar el camino del noticiero e identificar sus fortalezas, debilidades y desafíos; en este sentido, se incluye en el libro con la expectativa de que contribuya a futuros estudios comparativos (N. de la E.).

Referencias bibliográficas

- Arias, M. (2012). *La construcción de la noticia televisiva* (tesis). Buenos Aires: Universidad Nacional de Quilmes.
- Farré, M. (2004). *Ficción e información en el relato periodístico: tendencias del noticiero actual*. Buenos Aires: Universidad Austral.
- Farré, M. (2004). *El noticiero como mundo posible: estrategias ficcionales en la información audiovisual*. Buenos Aires: La Crujía.
- Grillo, M. (1997). El noticiero televisivo. El espacio de lo nacional en una programación transnacionalizada. En *Temas y problemas de Comunicación N° 3*. Universidad de Río Cuarto, Río Cuarto, pp. 65-81.
- Martín Barbero, J. (2008). *Políticas de la comunicación y la cultura: Claves de la investigación*. Portal de la comunicación: Universidad Autónoma de Barcelona.
- Martini, S. (2000). *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. Buenos Aires: Norma.

Referencias de medios audiovisuales

Somos Noticias [Programa de televisión]. La Plata: Canal Somos La Plata. Recuperado de <http://www.youtube.com/somoslaplata>

Entrevistas

Barrera, Y. (febrero de 2013). Comunicación personal.

Gálvez, M. (febrero de 2013). Comunicación personal.

Noticiero Nueve del Canal 9 de La Rioja: una aproximación a la idiosincrasia cultural de los riojanos

Ezequiel Fuentes Sauma

Universidad Nacional de La Rioja, Argentina.

La Rioja es una de las provincias que componen el noroeste de la Argentina y es colindante con la región de Cuyo y con la provincia de Córdoba. Si bien es un distrito considerablemente grande con sus 89 680 kilómetros, es una de las provincias con menor densidad poblacional de la Argentina. Según datos oficiales, tiene 333 642 habitantes (Indec, 2012). Además, la ciudad de La Rioja, capital de la provincia, concentra el 54 % de los habitantes.

De la población económicamente activa, el 67 % del trabajo proviene del Estado, lo que convierte a La Rioja en la tercera provincia con mayor empleo público, detrás de Catamarca y Formosa, con el 69 % (Pozzo, 2017). En lo que respecta a la actividad privada, existen 35 200 trabajadores registrados (Economía Riojana, 2019). El comercio ocupa la mayor parte de la oferta laboral, seguido de las fábricas del parque industrial y el empleo proveniente de las economías regionales, principalmente la agricultura, a través de la vitivinicultura y la olivicultura.

Otra de las características de La Rioja es la religiosidad. La mayoría de los habitantes son profesos católicos y participan de grandes festividades religiosas como el Tinkunaco (*encuentro*, en quechua) o la procesión a la Iglesia de Las Padercitas, con gran concurrencia de los feligreses.

La Rioja se destaca por su historia: personajes históricos como los caudillos Juan Facundo Quiroga

y Ángel Vicente el Chacho Peñaloza son sinónimo de Federalismo; y otras personalidades como Joaquín Víctor González y Rosario Vera Peñaloza dan indicios de una sociedad culta. A su vez, en el plano de la política se encuentra Carlos Saúl Menem, quien fue presidente de la Nación entre 1989 y 1999. En tanto, en el deporte sobresale la figura de Ramón Díaz, jugador y director técnico de River Plate, el entrenador más ganador de la historia del club.

Asimismo, La Rioja es renombrada por el Festival Nacional de la Chaya, que atrae a los grandes músicos folcloristas de la Argentina, sumado a la masividad de los espectadores de todo el país. Finalmente, en la faceta turística, La Rioja se destaca por el Parque Nacional Talampaya, declarado Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO en el año 2000.

Imagen 1



Monumento al General Ángel Vicente Peñaloza, El Chacho, en la ciudad de La Rioja. Fotografía de Ezequiel Fuentes Sauma (agosto de 2014).

Telepey, precursora de la televisión riojana

A diferencia del resto del país, los inicios de la televisión en La Rioja se dieron a partir del cable: en 1969 Telepey Canal 2 TV La Rioja fue el primer canal de televisión de la provincia. Era de circuito cerrado, cubría el centro de la ciudad y, luego, las áreas periféricas.

A fines de los sesenta, había 29 sistemas de cable desparramados por el territorio argentino (Bulla, 2009), que fueron los que de alguna manera dieron origen al sofisticado sistema actual. La primera prueba la realizaron los cordobeses de Teleco el 4 de noviembre de 1963 en el barrio Villa Cabrera, conectando unos 50 receptores a lo largo de no más de dos km. Seguidamente, el 23 de diciembre se otorgó el primer permiso municipal para montar un circuito cerrado en Villa Mercedes (San Luis) y, apenas un día después, la firma Sonovisión obtuvo un permiso similar en la ciudad de Salta (Bulla, 2009).

En *Noticias del periodismo riojano* el historiador Roberto Rojo (1991) rescató una reseña escrita por Héctor Rodolfo Peiretti, precursor de la televisión riojana y propietario de Telepey: “Los equipos eran de tecnología avanzada para esa época, transistorizados, de dimensiones reducidas y de origen holandés; la red coaxil contaba con amplificadores de línea, distribuidores y adaptadores fabricados en la ciudad de Córdoba igual que su modulador-transmisor” (p. 208).

La programación consistía en series, largometrajes, un noticiero y números en vivo de los que participaban todos los sectores de la comunidad: folcloristas, deportistas, políticos, comerciantes, empleados públicos y religiosos. Asimismo, Peiretti señalaba que:

Telepey sirvió de escuela para la formación y pulido profesional de muchas personas que luego continuarían sus laborales en Radio Nacional, en las actuales y nuevas radios de FM y en Radio y Televisión SE. Blas Félix Luna

junto con Roberto Pastor Ávila, en sociedad denominada Telerioja, se compran los equipos de Telepey a Peiretti, que se instalan en el segundo piso del edificio Nazareno, frente a la plaza 25 de Mayo: y salen al aire el 20 de mayo de 1971 (Rojo, 1991: 210).

Finalmente, Telepey cerró a fines de 1971, a pesar del gran esfuerzo de la familia Peiretti por instalar el sistema de cable. Esto se debió a los problemas económicos producto de la escasez de abonados. Más allá de que la empresa no dio su rédito económico, los Peiretti fueron unos adelantados en este sistema de cable y siempre serán recordados como los precursores de la televisión riojana.

Canal 9 La Rioja

En 1971 el interventor federal de la provincia, Juan Antonio Bilmezis, firmó el convenio para la instalación de la repartidora de LV81 TV Canal 12 de Córdoba, que se efectuó en la provincia de Catamarca. Luego, en septiembre de ese mismo año, el gobierno compró Telepey por 6 millones de pesos y, de esa manera, se conformó LV91 TV Canal 9, que fue inaugurado con un mensaje del gobernador el 24 de diciembre de 1971 (Rojo, 1991).

El ex administrador general de Radio y Televisión Riojana, Luis Contreras,¹ explicó que:

Canal 9 nace a partir del proyecto canal de cable privado de la ciudad, Telepey, cuyo principal accionista era don Peiretti, apoyado por sus dos hijos Kike y Chichí, como nosotros le decíamos, y que después fueron compañeros de trabajo en Canal 9... A partir del cierre de Telepey, la gobernación de Bilmezis consideraba viable retomar el equipamiento que había quedado y utilizarlo para los fines de formar un medio estatal. Se consiguió una frecuencia a nivel nacional que correspondía a La Rioja, y así un 24 de diciembre de 1971 comenzó a funcionar LV91 Canal 9 (Fuentes Sauma, 2010: 138).

El equipamiento del reciente canal de televisión era el legado de Telepey. Era de origen inglés y norteamericano, porque no existían elementos de orden nacional, todo era importado. Había cadenas de telecines, cámaras Philips que se montaban en un trípode y en un monitor, que luego servían para hacer programas en vivo y el noticiero. En 1974, el gobierno provincial invirtió y se incorporaron cámaras *telemage*, *switcher*, una máquina Ampex 1200V, que grababan a color pero en Canal 9 reproducían las cintas en blanco y negro.

A fines de 1973, el mapa televisivo del país estaba compuesto por un total de 35 canales de aire, 38 estaciones repetidoras y 35 canales de circuito cerrado (Bulla, 2009). De los 35 canales de aire, 23 estaban gestionados por el sector privado y 12 por distintas instancias estatales (2 nacionales, 7 de gobiernos provinciales, 2 universitarios y 1 municipal). En este sentido, Contreras sostuvo que:

En aquellos tiempos, no había alternativas para hacer *zapping*, Canal 9 era la única señal con seis horas de programación. Se emitían series como *La isla de Gilligan*, *El gran chaparral*, *Bonanza* y por supuesto el cine de la época. Eran cinco o seis horas diarias, en las que por ahí se repetían las películas, porque no había dinero para comprar nuevas. Además, desde el inicio, estuvo el noticiero, el programa más viejo de la estructura en la programación del canal. Después, comenzó a emitir programas en vivo, desde el viejo edificio Nazareno se transmitía la procesión de los santos. También hicimos una especie de copia de un programa de Buenos Aires, que se denominaba *Alta tensión*, nosotros lo llamamos *Alto voltaje*, conducido por jóvenes del medio (Fuentes Sauma, 2010: 139).

Lo anterior se debía a la precariedad tecnológica de la época, en la que se emitían en distintos puntos geográficos del país, a través de enlatados, programas producidos mayoritariamente en Buenos Aires por la sociedad canal de cabecera/productora. Las productoras encontraban de esta manera más bocas de expendio y mayor amortización de sus progra-

mas producidos para los canales de cabecera. Los canales del interior, por su parte, accedían a un tipo de producción televisiva que no podían solventar económicamente y, en forma muy minoritaria, participaban de la comercialización publicitaria planificada desde Buenos Aires (Bulla, 2009).

Durante la década de los ochenta, Canal 9 fue ganando cobertura de aire a partir de la instalación de 18 repetidoras en La Rioja y 2 más en Catamarca. Con este alcance, LV 91 cubría la totalidad de la provincia y parte de las provincias vecinas de San Juan, San Luis, Córdoba, Catamarca, Tucumán, Santiago del Estero (Frías) y Salta (Cafayate). Luego, en la década de los noventa, con la presidencia de Carlos Menem, el canal compró los primeros móviles satelitales de exteriores, con *switcher* incorporado y cámaras Ikegami.

También, a mediados de los noventa, Canal 9 se afilió a la programación de Telefe. *Susana Giménez* y *Videomatch* eran los programas más vistos de aquel entonces.

Radio y Televisión Riojana Sociedad del Estado

La creación de Radio y Televisión Riojana Sociedad del Estado data del año 1989, mediante ley provincial, durante el gobierno provincial de Carlos Saúl Menem. A mediados de 1991, RTR recibió de manos del gobernador interino, Luis Beder Herrera, los primeros camiones de exteriores con *switcher* de control incorporado, junto con tres cámaras Ikegami.

A partir del 31 de diciembre de 1994, durante la intervención del administrador Carlos Santander, LV 91 Canal 9 pasó a conformar Radio y Televisión Riojana SE junto con la FM 101.9 Radio La Torre, que fue inaugurada ese mismo día. El ex administrador de RTR, Luis Contreras, recordó que:

Era una idea que venía de hace mucho tiempo, consistía en dos frecuencias, una de radio y otra para televisión. En los años noventa se

consolidó la idea con la creación de la Sociedad del Estado que regiría los dos medios (Fuentes Sauma, 2010: 139).

Actualmente, Radio y Televisión Riojana está compuesto por 7 gerencias, cada una con secretarías de recursos humanos, soporte técnico, reparación, producción, programación, transporte, noticiero y mantenimiento, entre otras.

El sábado 10 de octubre de 2009, el Congreso de la Nación sancionó la Ley 26522 de Servicios de Comunicación Audiovisual y en su art. 119 creó, bajo la jurisdicción del Poder Ejecutivo Nacional, Radio y Televisión Argentina Sociedad del Estado (RTA SE), que tiene a su cargo la administración, la operación, el desarrollo y la explotación de los servicios de radiodifusión sonora y televisiva del Estado nacional, entre ellos Canal 7 y Radio Nacional. Por ende, Canal 9, como medio estatal provincial, apoyó la iniciativa de la Ley 26522, ya que dicha legislación valora la televisión estatal.

Desde 2007, Canal 9 transmite vía satélite, mediante la gestión del gobernador Luis Beder Herrera. Luis Contreras rescató esta iniciativa:

Teníamos problemas con nuestra geografía, era muy poco generosa para la televisión. Nosotros llegábamos al interior y a otras provincias a través de repetidoras. Los problemas surgían cuando se caía la repetidora madre: se interrumpía todo el sistema de transmisión. Elaboramos un proyecto, hicimos un relevamiento en otros canales de Buenos Aires para conocer la factibilidad de este sistema y aplicarlo a nuestra región. Logramos un equipamiento de nivel superlativo, buena calidad, y esto nos permitió destrabar el problema que teníamos con la repetidora. Entonces, el sistema satelital nos ahorra ese problema, mejora la señal, se puede ver el Canal 9 en el interior con la misma calidad en que la aprecian en capital (Fuentes Sauma, 2010: 140).

Una de las últimas inversiones del Estado provincial fue en 2013 cuando el gobernador Luis Beder Herre-

ra entregó a RTR un nuevo móvil de exteriores, tres cámaras y una grúa. Dicho camión contenía equipamiento completo marca Viditec, que permitió transmisiones satelitales en full HD.

La televisión riojana en la actualidad

La ciudad de La Rioja alberga 7 canales: Canal 9, Canal 2, Canal 13 de Medios Provincia, Canal 11 de Medios Fénix, Canal 5 TV Vida, Municipal TV, Ver TV de Cadena 5 Libertad.

En la localidad de Chilecito, se encuentran las señales de Canal 5 y Canal 11; en Sanagasta, la señal TVC, y en Chepes, Canal 8, Alpha TV Canal 5 y el canal Radio Imagen. A este mapa audiovisual, se agregan las señales universitarias UNLaR TV y UNdeC TV, que transmiten vía *streaming*, a través de sus respectivos canales de YouTube.

Según el informe de *TV Paga Argentina de 2013* realizado por Latin American Multichannel Advertising Council (LAMAC, 2013), La Rioja representa el 0,8 % de la distribución de hogares con TV paga a nivel nacional, una de las más bajas, junto con Santa Cruz y Formosa; solo superada por Tierra del Fuego con el 0,4 %. Asimismo, la penetración de TV paga en La Rioja es del 78,6 % (p. 9). Es más, de 94 931 hogares en la provincia, 90 185 tienen televisor y, de ese total, 70 928 adquirieron televisión paga (p. 33).

De acuerdo con los datos del censo 2010 (Indec, 2012), la televisión tiene una disponibilidad del 96,1 % en los hogares y la ciudad de La Rioja es la de mayor penetración con el 98,2 %, superando la media provincial.

Uno de los últimos avances en la historia audiovisual de La Rioja fue la creación de la operadora de televisión digital View TV, que pertenece a la empresa estatal La Rioja Telecomunicaciones SA-PEM (que, a su vez, promueve internet) y, habilitada desde 2015, en dos años de servicio obtuvo más de 6000 abonados.

Noticiabilidad de *Noticiero Nueve*

El informativo de LV91 TV Canal 9 de La Rioja *Noticiero Nueve* es el programa más importante en materia informativa de la provincia. Sus inicios datan de la década de los setenta, luego de la inauguración del canal, a fines de 1971. Desde entonces es una referencia de la comunicación en La Rioja, no solo para la ciudad capital, sino para el resto de los pueblos de la provincia, a partir de la instalación de las repetidoras que cubren la totalidad de la extensión riojana.

Debido a sus particularidades de canal público, y teniendo en cuenta la descripción del mapa laboral de La Rioja (mayoritariamente dependiente del Estado, de forma directa o indirecta), el informativo se nutre de noticias provenientes de las áreas del Gobierno provincial y de los municipios. Contabilizando las tres emisiones analizadas correspondientes a los días 16 de noviembre de 2015, 16 de agosto de 2016 y 5 de junio de 2017, se observa que la actividad oficial ocupó el 38 % de las noticias y, en algunas ediciones, como la del noticiero del 5 de junio de 2017, alcanzó el 50 %.

Las fuentes de la actividad oficial provienen de los distintos entes del Gobierno provincial: ministerios, secretarías y direcciones. La Secretaría de Prensa y Difusión concentra el mayor flujo de la información pública y su emisión. No obstante, algunos organismos tienen sus propias áreas de prensa, destacándose las tareas de la Secretaría de Cultura y la Secretaría de Deporte, ambas con una gran amplitud de agenda propia, que difiere de la información gubernamental.

En segundo lugar, se ubicaron los servicios, que ocuparon el 20 % de las noticias, con menciones en el primer bloque y en el último. En el presente análisis, se consideraron las secciones del clima y pronóstico junto con el cronograma de pagos como noticias porque en La Rioja desde hace tiempo que los empleados públicos perciben un adicional no remunerativo a mitad de mes, aparte del sueldo que se abona a principio de todos los meses. Entonces, esto hace que la audiencia esté muy atenta al crono-

grama de pagos, cada 15 días.

Otra variable para tener en cuenta es que el salario mínimo de los empleados provinciales y municipales es de los más bajos de la Argentina. Con un mínimo de bolsillo de \$15 800, La Rioja se encuentra entre las cinco jurisdicciones con menores salarios del país (Rioja Virtual, 2019). Por ende, el público riojano hace que el cronograma de pagos sea una noticia, más allá de que esté definida dentro de las secciones de servicios.

Finalmente, el deporte local ocupó el 14 % de las noticias; las nacionales, el 11 % (incluidas las actividades deportivas) y se destinó un 7 % para las informaciones provenientes de la sección "Policiales".

Si bien no aparecieron en las emisiones analizadas, *Noticiero Nueve* presta mucha atención y realiza la cobertura de festividades religiosas como el Tinkunaco, la Procesión a la Iglesia de Las Padercitas y celebraciones similares en los distintos pueblos de la provincia como la Procesión a "El Señor de la Peña". Es más, el Tinkunaco, que significa *encuentro* en lengua quechua, es un evento característico de La Rioja, que se realiza el 31 de diciembre de cada año, donde miles de feligreses se reúnen frente a la Catedral a venerar el encuentro de las imágenes de San Nicolás de Bari (patrono de la ciudad) y el Niño Alcalde. Para cada ocasión, Canal 9 transmite las festividades para todo la provincia y el *Noticiero Nueve* se nutre de esto, a partir de la realización de informes y especiales sobre el Tinkunaco y demás celebraciones.

Por las características sociales y culturales de La Rioja, noticias como el cronograma de pagos o las festividades religiosas tienen un alto grado de interés para la audiencia. Por ende, deben ser captados por la producción según su grado de noticiabilidad. Tal vez, en otras provincias, este tipo de noticias sean categorizadas como servicios o notas de relevancia secundaria, pero en este caso es indiscutible la importancia que tienen por su función social.

Existen factores externos a la producción que

inciden en la cobertura de las noticias de carácter político. Canal 9 es parte de la comunicación oficial del Gobierno de la provincia de La Rioja y el *Noticiero Nueve* cubre la mayor parte de la actividad del gobernador y demás funcionarios provinciales. Además, esta agenda está sujeta a las relaciones políticas con los intendentes y la oposición.

Desde hace más de diez años, la provincia tiene diferencias con los jefes comunales del Departamento Capital por los fondos coparticipables. La comuna sostiene que le corresponde una mayor partida presupuestaria por ser la ciudad más grande (alberga más del 50 % de la población total de la provincia). Dicha disputa ha llevado a distintos enfrentamientos entre los Ejecutivos, que se tradujeron en la reducción de la cobertura y, en algunos casos, la censura por parte del noticiero de las actividades del municipio capitalino. Estas decisiones no son tomadas por la producción o por la administración del canal, sino que provienen de las áreas superiores del Gobierno provincial.

Algo similar ocurre con la oposición al Gobierno provincial, encarnada por el radicalismo. Desde el retorno de la democracia, La Rioja es gobernada por el justicialismo y la UCR es el partido político que ocupa el rol opositor, principalmente desde los pocos escaños que ocupa en la Legislatura o en algún ámbito nacional, de forma circunstancial. La censura en los medios provinciales, particularmente Canal 9, ha sido objeto de gran parte de las denuncias que presentó el radicalismo durante los 35 años de democracia. Si bien en el actual gobierno de Sergio Casas hubo una apertura al diálogo, este gesto no se tradujo en espacios suficientes en los medios públicos de la provincia.

Entonces, la censura incidió considerablemente en la producción del *Noticiero Nueve*. El último caso conocido fue la suspensión de la edición matutina del *Noticiero Nueve* del 23 de octubre de 2017, el día posterior a las elecciones legislativas nacionales, cuando el candidato a senador oficialista del gobierno provincial, Carlos Saúl Menem, perdió frente a su rival de Cambiemos, Julio Martínez. En aquella ocasión, algunos trabajadores denunciaron

este hecho y lo calificaron como un acto de censura.²

Por otro lado, las informaciones policiales alteraron el transcurso de la agenda establecida: accidentes, incendios, arrebatos, asesinatos, juicios, etc. En La Rioja los accidentes han sido moneda corriente, en un alto grado de siniestralidad vial —en 2017, se registraron 102 muertes— y una tasa de mortalidad de 30 cada 100 000 habitantes por esta causa (Rioja Virtual, 2018).

Con esta realidad, los accidentes han perdido imprevisibilidad porque los riojanos saben que ocurren todos los fines de semana. No ha sucedido lo mismo con la inseguridad en general, ya que han sido eventos que irrumpen en la cotidianeidad, sobre todo si consideramos que La Rioja se ha encontrado entre las provincias con menos homicidios, violaciones, lesiones dolosas, robos y amenazas (El Cronista Comercial, 2016).

Las noticias deportivas del ámbito local adquieren el carácter de novedad cuando un atleta riojano consigue un título nacional o internacional, o participa de algún evento deportivo de gran trascendencia. Por ejemplo, en la emisión del 16 de agosto de 2016, se destacó el desempeño de la tiradora Fernanda Russo, la atleta argentina más joven de la delegación que con 16 años disputó los Juegos Olímpicos de Río 2016 y alcanzó el puesto nro. 20. Además, dicha participación sumó mayor notoriedad por la emoción de Russo, durante la transmisión en vivo en TyC Sports, mientras Gonzalo Bonadeo le comunicaba la posición que había alcanzado. Cuando la joven atleta volvió a La Rioja fue noticia durante toda la semana, en una serie de reconocimientos por parte de las autoridades gubernamentales y del deporte local.

La actividad oficial y política en la agenda mediática establece la jerarquía de los personajes implicados en los actos de gobierno, lo que fortalece su estado de noticia permanente. Evidentemente, el gobernador es el personaje principal, quien acapara la mayor cobertura por parte del informativo. En el orden de prioridades, continúan los ministros y

secretarios; luego, los intendentes y demás autoridades; vicegovernador y diputados; viceintendente y concejales; y en menor medida, jueces y fiscales. Al final, la oposición que, como ya se demostró, casi no tiene espacio en la agenda.

La periodicidad de las noticias locales está garantizada por la agenda pública, lo que facilita la labor periodística y su posterior edición y presentación. La contraparte del seguimiento oficial es la repetición de declaraciones por parte de los personajes principales. Esto último quita novedad a los hechos. Además, la cobertura excesiva de actos oficiales, sin información de personalidades opositoras, incide en el nivel de credibilidad del producto.

Otros movimientos significativos en la ciudad son las manifestaciones de gremios, agrupaciones políticas y demás intervenciones que se concentran en la plaza principal, frente a Casa de Gobierno, punto receptor del mayor número de reclamos. Al ser una ciudad relativamente pequeña, La Rioja concentra gran parte de sus reparticiones públicas y escuelas en el casco céntrico, por lo que la mayoría de las manifestaciones se realizan en esa zona y tienen como epicentro de los reclamos a la plaza 25 de Mayo.

La inclusión de los desplazamientos sociales es útil para la práctica periodística porque son hechos anunciados, previstos y resultan más fáciles de cubrir, especialmente para la televisión, por su impacto visual.

Para Canal 9, emisora que llega a toda la provincia, las noticias que se producen en el interior tienen una gran relevancia. Si bien el canal no tiene una red de corresponsales, se preparan comitivas de producción para cubrir la agenda del gobernador en las distintas localidades y demás eventos socio-culturales característicos de los pueblos, como pueden ser los festivales en época de verano o las procesiones. Esto último impacta en la proximidad geográfica de los acontecimientos, lo que genera un vínculo con el público del interior de la provincia.

También *Noticiero Nueve* incorporó entrevistas

en vivo, principalmente a funcionarios provinciales, lo que le permitió adquirir exclusividad en la información, con fuentes legítimas y privilegiadas. En tanto, el informativo no añadió primicias o noticias de último momento, tal vez por ser una emisión nocturna y la escasez de noticias en ese horario. Como Canal 9 y su informativo son consideradas herramientas de difusión pública es muy difícil encontrar en sus ediciones investigaciones periodísticas porque la producción prioriza la actividad oficial del día a día. Se apela a ganar periodicidad en el seguimiento de la noticia, pero se pierde instantaneidad.

En lo que respecta a las informaciones nacionales e internacionales, *Noticiero Nueve* acude a las secciones extraídas de dos noticieros de canales nacionales: Telefe y TV Pública, concentrándose en el deporte (fútbol en su mayoría) y en la política.

Otras de las particularidades del *Noticiero Nueve* es que no acude a la espectacularidad ni a la dramatización de la noticia. Si bien hay momentos de distensión entre los presentadores, especialmente en la sección de deportes y en las presentaciones de cada uno, en su totalidad, el informativo sigue una línea seria y deja que la noticia sea protagonista.

En el visionado, como parte de un análisis de las imágenes del noticiero, pudimos observar que en las notas predominaron el primer plano, el plano medio y los planos generales, la operatividad de las coberturas definidas por la seguidilla de las conferencias de prensa y recorridos en actos oficiales. Entre los movimientos de cámara prevalecieron el *zoom*, los giros y la panorámica.

Hasta 2015 los conductores estaban sentados detrás de un escritorio, por lo que se recurría a los planos general medio o plano medio. A partir de 2016 la presentación de las noticias se consolidó con el plano entero, debido a que los conductores dejaron de estar sentados para pasar a estar de pie. A esto se sumó el recurso de los planos medio largo y americano para el momento del anuncio de la noticia por parte de uno o dos de los presentadores. En tanto, durante las entrevistas en estudios, se

recurrió al plano entero y plano medio largo.

En lo que respecta a las artísticas gráficas puede establecerse que no sobresalen, ya que son simples y se limitan a resumir la noticia con un solo zócalo fijo en cada información. Las placas que se agregan a la artística corresponden al pronóstico y el cronograma, anteriormente mencionadas.

La permanencia de *Noticiero Nueve* como uno

de los informativos más importantes del noroeste de la Argentina se debe a sus cuatro décadas de emisiones ininterrumpidas, al alcance técnico que permite cubrir toda La Rioja y demás provincias vecinas y a su rol de servicio público. Se prioriza la información exacta, la difusión de los actos de gobierno y los eventos cercanos a la idiosincrasia cultural de los riojanos. Ver *Noticiero Nueve* es mirar y entender La Rioja en su máxima expresión.

Notas

¹ Entrevista del autor realizada a Luis Contreras el 16 de diciembre de 2009 para su tesis de grado (2010).

² Para ampliar se puede consultar la nota publicada en Radio Nacional La Rioja el 1° de noviembre de 2017.

Referencias bibliográficas

Bulla, G. (2009). *Televisión Argentina en los 60: La consolidación de un negocio de largo alcance*. En Mastrini, G. (editor). *Mucho ruido, pocas leyes. Economía y políticas de comunicación en la Argentina (1920-2007)* (2ª edición ampliada). Buenos Aires: La Crujía.

Economía Riojana [portal de noticias] (2019). La Rioja es una de las provincias donde más creció el empleo privado en los últimos 20 años. Recuperado de <https://www.economiariojana.com.ar/informe/la-rioja-es-una-de-las-provincias-donde-mas-crecio-el-empleo-privado-en-los-ultimos-20-anos>

El Cronista Comercial [portal de noticias] (2016). Recorré el mapa interactivo del delito en Argentina: el Gobierno publicó estadísticas comparativas. Recuperado de: <https://www.cronista.com/economiapolitica/Recorre-el-mapa-interactivo-del-delito-en-Argentina-el-Gobierno-publico-estadisticas-comparativas-20160425-0089.html>

Fuentes Sauma, E. (2010). *Historia del periodismo riojano* [tesis de grado inédita]. Universidad Nacional de La Rioja: La Rioja.

Indec (Instituto Nacional de Estadística y Censos). (2012). Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2010. Recuperado de: https://web.archive.org/web/20160409013106/http://www.estadistica.sanluis.gov.ar/estadisticaWeb/Contenido/Pagina148/File/LIBRO/censo2010_tomo1.pdf

LAMAC (Latin American Multichannel Advertising Council) (2013). Informe TV Paga Argentina 2013. Recuperado de <https://es.slideshare.net/leilaaisenlamac/informe-tpagaargentina2013>

Ley 26522 (2009). Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. Recuperada de <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/155000-159999/158649/norma.htm>

- Pozzo, E. (2017). Nación, provincias y municipios: cuánto empleo público hay en la Argentina. *El Cronista Comercial*. Recuperado de <https://www.cronista.com/economiapolitica/Nacion-provincias-y-municipios-cuanto-empleo-publico-hay-en-la-Argentina-20170426-0101.html>
- Radio Nacional La Rioja [portal de radio]. Locutor riojano denuncia censura en la TV provincial. Recuperado de <http://www.radionacional.com.ar/locutor-riojano-denuncia-censura-en-la-tv-provincial/>
- Rioja Virtual [portal de noticias] (2018). 102 muertos por accidentes viales en La Rioja en 2017. Recuperado de <http://riojavirtual.com.ar/102-muertos-por-accidentess-viales-en-la-rioja-en-2017/>
- Rioja Virtual [portal de noticias] (2019). El gobierno riojano anunció 15% de aumento al básico para los estatales. Recuperado de <http://riojavirtual.com.ar/gobierno-riojano-anuncio-15-al-basico-de-aumento-a-estatales/>
- Rojo, R. (1991). *Noticias del periodismo riojano*. La Rioja: Editorial del Norte.
-

Referencias de medios audiovisuales

- Noticiero Nueve* [Programa de televisión]. (16 de noviembre de 2015). La Rioja: Canal 9. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=rm7Gr1BK0uU>
- Noticiero Nueve* [Programa de televisión]. (16 de agosto de 2016). La Rioja: Canal 9. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=mP2uS1SxpPE>
- Noticiero Nueve* [Programa de televisión]. (5 de junio de 2017). La Rioja: Canal 9. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=3w_-i3IC170

La señal LU 87 TV Canal 11 de Ushuaia inició sus transmisiones el 23 de octubre de 1967 a las 20:00 con una programación de cuatro horas diarias que llegaba en avión desde Buenos Aires. El primer programa producido fue el noticiero, en 1968, conducido por Tito Aloras y Felipe Ivandic. El primer director de la emisora fue Ego Nicolás Pereda.

En 1972 se realizó la primera transmisión de forma ininterrumpida a beneficio de los bomberos voluntarios con entrevistas en vivo a las personas que llegaban al canal para hacer su donación.

Imagen 1

Ushuaia, Noviembre 20 de 1967		Pregón Austral	Página 5
L. R. A. 10		LU 87 - TV Canal 11 - Ushuaia	
Programa sinfónico		Programa de Hoy	
18.00	Radioteatro episódico.	20.00	Dibujos y Comedias
18.30	Perifoneo oral escolar	20.30	Enciclopedia en TV
18.50	Variedades musicales	21.00	El flequillo de Bala
19.00	Informaciones de actualidad	21.30	Cine Argentino
19.10	El hombre y su aventura	M A R T E S	
19.35	Orquestas y melodías	20.00	Dibujos y Comedias
20.00	Fuentes de riqueza y desarrollo	20.30	Enciclopedia en TV
20.05	Conjuntos de música nativa	21.00	Los 5 Latinos
20.15	Música Ciudadana	21.30	Risas y sonrisas con Verdaguier
20.30	Album Sonoro	22.00	Tres Destinos
21.00	Bot. Inf. de Radio Nacional		
21.15	Concierto nocturno		
22.00	Selecciones melódicas		
22.30	Orquestas y solistas de Francia		
23.30	Boletín Informativo		
23.00	Discos Promocionales		
23.45	Música selecta.		
24.00	Cierre de la transmisión - Marcha militar - Silencio.		

Imagen del álbum por los 50 años del Canal 11 de Ushuaia.¹

El noticiero local ha cambiado de nombre en reiteradas oportunidades: *Noti Once*, *Sucesos Once*, *Actua-*

lidad Fueguina. Actualmente es *TVP Noticias*. Algunos de sus conductores han sido Marcelo Murphy, Walter Agüero, Susana Febroni y Rubén Retamozo. El noticiero se consolidó como el programa de mayor audiencia en la historia de la emisora, con *flashes* informativos y programas especiales.


Canal 11 ha realizado transmisiones a nivel nacional como Julio Lagos en la década de los ochenta, Cacho Fontana, *Café con Canela* en directo, *Tiempo Nuevo* con Bernardo Neustadt y Mariano Grondona desde el canal, *El Espejo* con Víctor Hugo Morales, la cumbre del Mercosur con los mandatarios de los países miembros y asociados y la presencia como invitado especial de Nelson Mandela en 1998, *Millenium Day* el 31 de diciembre de 1999, *Estudio País* con Juan Alberto Badía en directo, entre otros.

En el plano de las transmisiones locales y regionales se destacaron la vigilia del 2 de abril, actos por Malvinas, Juegos de la Araucanía, Ultra Trail Mont Blanc Ushuaia (la ultramaratón de montaña más famosa del mundo), la Marcha Blanca (la competencia más importante de esquí de la provincia), la Fiesta Nacional de la Noche más Larga (evento que se celebra el 21 de junio de cada año en Ushuaia) y el aniversario de la ciudad de Ushuaia que se conmemora el 12 de octubre.

Imagen 2

Ushuaia, 9 de Abril de 1968 Pregón

Informativo



Innovaciones en TV Canal 11

En la víspera, el Sr. Ego Nicolás Pereda, Director de L.U.87 Canal 11 recibió, con la cordialidad que lo personifica a nuestro corresponsal, dando algunos datos de interés para el amigo lector y televidente, comprometiéndose formalmente a ampliar su información en la presente semana. Nos hizo saber el Sr. Pereda que en el día de hoy se entrevistará con el Sr. Secretario de Gobierno, Educación y Salud Pública, a efectos de dar a conocer sus gestiones en Buenos Aires, que darán como resultado una probable ampliación en el horario de programación, que salvo inconvenientes, será el siguiente: Lunes a Viernes de 18,00 a 23,00 hs. Sábados de 16,00 a 23,00 Hs. y Domingos de 15,00 a 23,00 ns.

Los días domingos se presentará el siguiente programa:
 15 a 16,30 Dibujos y Comedias
 16,30 a 18,30 Dos películas de largo metraje.
 18,30 a 19,30 Disneylandie
 Finalizando con Cine doblado el Castellano.-

Además, dado las gestiones realizadas por el señor Gobernador del Territorio y posteriormente por gestiones personales del Sr. Tullio Guzmán, Secretario de Gobierno, Educación y Salud Pública, Canal 11, por su condición de estatal, facilitará noticieros y series deportivas de actualidad televisadas. Por último, el Sr. Director de televisión agradece que como nuevo espectáculo se dejen series de Ruta 66 - Aventuras en el Paraíso e Intriga en Hawái.

Imagen del álbum por los 50 años del Canal 11 de Ushuaia.

A partir de 2015 se realizaron transmisiones especiales tales como el Campeonato de Fútbol de clubes desde Barcelona, España, para toda Tierra del Fuego; y la cobertura especial de los Juegos EPADE 2017 producida por la Red Patagónica de Televisoras Públicas, integrada por las provincias de La Pampa, Neuquén, Chubut, Río Negro, Santa Cruz y Tierra del Fuego, que posibilitó, por primera vez, llevar a la pantalla la información relacionada con el desarrollo de los juegos a toda la Patagonia argentina.

Imagen 3

Página 9 Pregón Austral Ushuaia, Abril 29 de 1968

Informativo Fueguino

LU 87 TV Canal 11 Programación Mes de Mayo

HORA	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADOS	DOMINGOS
15,00							DIBUJOS Y COMEDIAS
15,30							
16,30							
16,00							
16,00						DIBUJOS Y COMEDIAS	TARDES
16,30							
16,30							
17,00						EL CLUB DEL CLAN	DE
17,00							
17,30							
17,30						FELIPE	CINE
18,00	SERIAL DE AJUSTE						
18,00	DIBUJOS Y COMEDIAS						MANOS AL VOLANTE
18,30	ENCICLOPEDIA EN T. V.						DISNEY-
19,00	EL AMOR TIENE CARA DE MUJER						TELECO-
19,30	NOTICIERO						LANDIA
19,30		VERDADES	MONDI	MIS HIJOS LEJOS	CASOS Y CORAS DELANA	MICOS	YO QUISO A LUZZY
20,00							
20,00	LAS CHICAS	SEÑORITAS ALGEMAR	AVENTURAS EN EL PARAISO	LA REVISTA DE DRINQUE	CANDIDO PEREZ	INTRIGA EN HAWAII	LA TURCA
20,30							
20,30	BALA	LAS CHICAS DE MALINA	PARAISO	DRINQUE	VIVIR EN AIRE	HAWAII	
21,00	NOTICIERO						
21,00							
21,30	CINE ARGENTINO	MARBORE	CINE ARGENTINO	EL DEPARTAMENTO	CINE ARGENTINO	TEATRO	CINE DOBLADO AL CASTELLANO
22,00							
22,00		TEES DESTINOS		RUTA 66			
22,30							
22,30							
23,00							

Imagen del álbum por los 50 años del Canal 11 de Ushuaia.

El noticiero de la televisión fueguina evidencia un fuerte nexo editorial con la estructura que lo engloba, el gobierno provincial de Tierra del Fuego. Cumple con las funciones de generar información para el público y recurre como primer y casi único recurso narrativo a las entrevistas a los protagonistas, en mayor porcentaje funcionarios de gobierno de relevancia.

Al pie de la apertura del programa hay una línea de texto que responde a esta asociación: "El contenido es responsabilidad de la Secretaría de Medios". En razón de las temáticas abordadas es

clara la intencionalidad de publicitar y promover las políticas provinciales. La inexistencia de conflicto es otro ejemplo que evidencia dicho carácter.

Imagen 4



Imagen del álbum por los 50 años del Canal 11 de Ushuaia.

Hay pocos protagonistas con los que el público pueda generar empatía. La pantalla se encuentra colmada de funcionarios que exponen sus acciones de gestión y pensamientos. Esto genera poca credibilidad, por la falta de presencia del ciudadano medio.

Imagen 5



Imagen del álbum por los 50 años del Canal 11 de Ushuaia.

La dupla de periodistas del programa inicia el primer bloque de pie para dar la bienvenida y los saludos pertinentes. Todo el estudio es un croma.² A sus espaldas hay una imagen aérea. Cuando van a pantalla completa de dicha imagen, los conductores

se acomodan detrás del escritorio. Allí permanecen hasta el final del tercer bloque. Al comienzo del cuarto vuelven al frente para la despedida.

Imagen 6



Imagen del álbum por los 50 años del Canal 11 de Ushuaia.

Luego del saludo de inicio, presentación, vista aérea de la ciudad de Ushuaia y temperatura en las demás ciudades fueguinas, se presentan los tres títulos más importantes de la jornada, los cuales se desarrollan en los siguientes bloques.

La previa de cada nota la hace en un 50 % la conductora y el otro 50 % se comparte entre ambos conductores a partir de un diálogo sobre lo que se verá. Una vez que regresan al estudio, no retoman la temática abordada, sino que pasan a otra noticia. Salvo casos muy puntuales, el texto de los conductores es escueto y dan información similar a la que se emite en las notas.

Desde el inicio del noticiero hasta el final se mantienen dos presentadores: una mujer y un hombre. La conductora es quien lleva el comando del programa y tiene como *partenaire* al hombre. La principal función de los conductores es la presentación de las notas, sin emitir juicio. Intervienen con voz en *off* en las noticias breves, internacionales y nacionales; así como también en vivo en una o dos notas por edición.

La escenografía está generada por el uso del croma. Los conductores tienen a sus espaldas una cámara en vivo de la ciudad de Ushuaia, lo que resulta un recurso positivo. Todos los planos son

fijos y esquemáticos. Cuando hay invitados o columnistas se recurre a la pantalla dividida. El sector derecho se utiliza para ambientar la temática abordada con material de archivo; mientras que el izquierdo se reserva para aquel que comunica la noticia. En el exterior, la cámara se establece para un registro sin ojo crítico.

La imagen fija es utilizada en el programa como zócalo publicitario y como complemento escenográfico por el uso del croma. No se emplea como recurso informativo.

En los zócalos hay dos niveles de información; en términos visuales, son dos líneas de jerarquía. En el rectángulo de información superior se ubica el nombre de la persona que habla en ese instante y se indica su rol (cargo completo en los casos de los funcionarios, por ejemplo). Debajo está el rectángulo con mayor jerarquía por el tamaño de la tipografía y el uso del color: allí se brinda información sobre la temática que se aborda y ese texto no varía más de dos veces por nota.

En referencia a las emisiones del 11, 12 y 13 de junio de 2018 y según la segmentación temática, se pudo observar que política y sociedad representaron el 37 % de las noticias del programa (Gráfico 1). Esto favoreció, como fue señalado, un mayor protagonismo de las voces de los funcionarios del gobierno provincial.

Gráfico 1

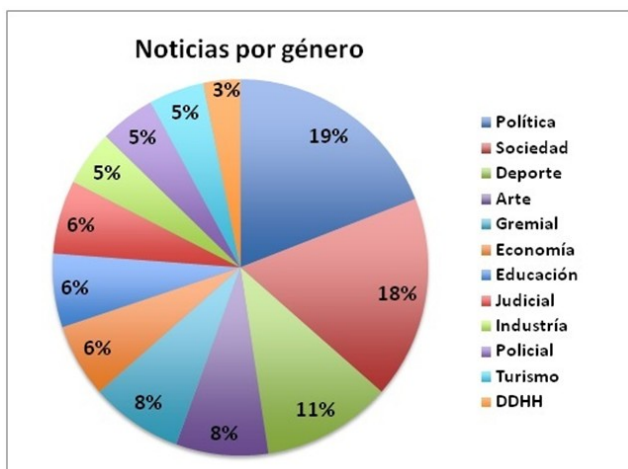


Gráfico de elaboración propia.

La presentación animada del noticiero estableció nueve secciones de noticias (Gráfico 2). Las internacionales y nacionales fueron breves con utilización de placa y voz en off. Dentro de las noticias con mayor producción, en las emisiones analizadas, se ubicaron las de actualidad y economía.

Gráfico 2



Gráfico de elaboración propia.

La tendencia del gráfico 2 dio cuenta de los tres títulos más importantes anunciados por los conductores al inicio del programa. El 89 % de las noticias más desarrolladas se dieron dentro del binomio actualidad-economía (Gráfico 3).

Gráfico 3



Gráfico de elaboración propia.

El nivel de producción de autoría propia del noticiero fue muy alto. El 91 % de las notas se realizaron en Ushuaia; el 6 %, en Tolhuin y el 3 %, en Buenos Aires (Gráfico 4). La totalidad de los enlatados de agencia

fueron contenidos generados fuera de la provincia de Tierra del Fuego. Estas cifras demostraron que el foco estuvo puesto en el territorio local y evidenciaron que el noticiero estuvo dirigido a una audiencia exclusivamente ushuaiense.

Gráfico 4



Gráfico de elaboración propia.

Los conductores tuvieron un rol más cercano a la presentación de notas enlatadas (Gráfico 5 y 6). En pocas ocasiones intervinieron de manera activa sobre la noticia.

Gráfico 5

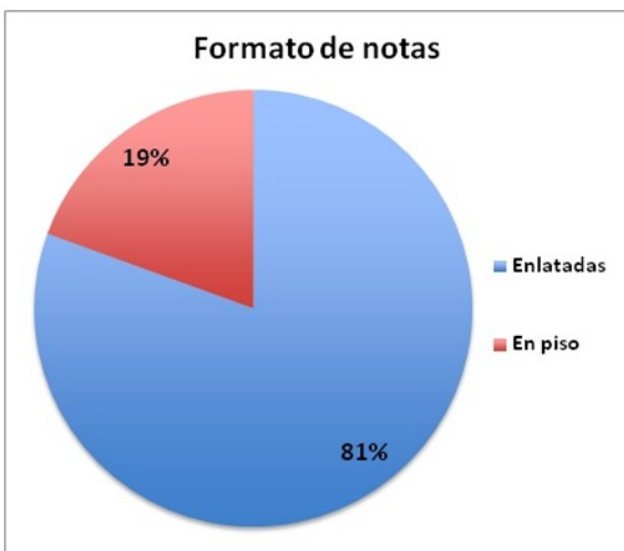


Gráfico de elaboración propia.

Gráfico 6



Gráfico de elaboración propia.

Con una fuerte mirada local de los contenidos, se pudo observar que la mayoría de las entrevistas fueron realizadas a funcionarios del gobierno provincial, en sintonía con la línea del propio canal (Gráfico 7).

Gráfico 7



Gráfico de elaboración propia.

Los contenidos tendieron a relevar situaciones de un pasado cercano, narraciones de acontecimientos que ya sucedieron, despojados de conflictos sociales o personales. No hubo drama ni generación de sensibilidad. No se construyeron visiones externas a

las temáticas abordadas. No hubo otras miradas sobre un mismo tema, lo que explicaba una carencia de denuncia y crítica social. En todo momento se mantuvo una concreta liviandad en los contenidos.

El noticiero tuvo claro cuál era su audiencia, las notas tuvieron como destino directo al poblador local, con temáticas vinculadas a la actualidad y la economía de la ciudad de Ushuaia.

Notas

¹ La Dirección de LU 87 TV Canal 11 de Ushuaia autorizó al autor a utilizar en el presente artículo las imágenes que integran el álbum por los 50 años de la emisora.

² Técnica audiovisual que consiste en sustituir un fondo por otro gracias a una superficie de color uniforme, que suele ser verde o azul.

Referencias de medios audiovisuales

TVP Noticias [Programa de televisión]. (11 de junio de 2018). Ushuaia: Canal 11. Recuperado de <https://youtu.be/WYk1CAcG3i8> (bloque 1), <https://youtu.be/V3yTwqPBn90> (bloque 2), https://youtu.be/WiZVxDh_qG4 (bloque 3), https://youtu.be/Xh_bU92ewtA (bloque 4)

TVP Noticias [Programa de televisión]. (12 de junio de 2018). Ushuaia: Canal 11. Recuperado de https://youtu.be/Xh_bU92ewtA (bloque 1), https://youtu.be/UC1Ti-A-_sg (bloque 2), <https://youtu.be/jFupLmN4BC0> (bloque 3), <https://youtu.be/BDUuqxJtj1I> (bloque 4)

TVP Noticias [Programa de televisión]. (13 de junio de 2018). Ushuaia: Canal 11. Recuperado de <https://youtu.be/bE1rm6IMFIM> (bloque 1), <https://youtu.be/DkVYLwghPmQ> (bloque 2), <https://youtu.be/FqKDIDMJV4M> (bloque 3)

Andrés Bacigalupo

Licenciado en Comunicación Social (Universidad Nacional de Córdoba). Cursa la Especialización en Comunicación Digital Audiovisual (Universidad Nacional de Quilmes). Trabajó como guionista de TV y periodista *freelance*. Actualmente, se desempeña como tutor de prácticas de lectura y escritura en el Instituto de Formación Docente Continua (IFDC) de Villa Mercedes (San Luis). Contacto: lucas.concia@gmail.com

Romina Coluccio

Formadora en comunicación, género y sexualidades. Miembro de FM En Tránsito. Expresidenta de la Cooperativa de Trabajo para la Comunicación Social Ltda. Integra el equipo de capacitación de la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual y es docente del Programa de Actualización en Comunicación, Géneros y Sexualidades (PACGES) de la Universidad de Buenos Aires. Contacto: rominacoluccio@gmail.com

Lucas José Concia

Diseñador en Comunicación Visual (Universidad Nacional de La Plata). Es coordinador en Comunicación Institucional de la Universidad Nacional de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur y profesor adjunto en la Licenciatura de Medios Audiovisuales de la misma universidad. Se encuentra terminando la Maestría en Comunicación Audiovisual Digital en la Universidad Nacional de Quilmes. Contacto: lucas.concia@gmail.com

María Eugenia Dichano

Licenciada en Comunicación Social (Universidad Nacional de Quilmes). Cursa la Maestría en Comunicación Digital Audiovisual (UNQ). Participa del proyecto de extensión Cronistas Barriales (UNQ) y del proyecto de investigación “Contenidos audiovisuales en el contexto de los nuevos servicios de comunicación audiovisual. Políticas, actores y narrativas” (UNQ). Contacto: dichano.mariaeugenia@hotmail.com

Ignacio Dobrée

Licenciado en Comunicación Social (Universidad Nacional de La Plata) y maestrado en Comunicación Digital Audiovisual (UNQ). Se desempeña como docente regular en la Universidad Nacional de Río Negro (UNRN) y en la UNCo (Universidad Nacional del Comahue). Como investigador participa de proyectos dedicados al estudio histórico de los cines regionales en Argentina (FONCyT/UBACyT) y a la percepción ambiental en Patagonia Andina (UNRN). Integra el Grupo Cine Cipolletti, colectivo organizador del Concurso Nacional de Cine Independiente de la ciudad patagónica. Contacto: nachodobree@yahoo.com

Rodrigo Echániz

Licenciado en Ciencias de la Comunicación (Universidad de la República, Uruguay). Actualmente, cursa la Maestría en Comunicación Audiovisual Digital en la Universidad Nacional de Quilmes. Contacto: rodrigo.echaniz@fic.edu.uy

Ruth Fernández Cobo

Licenciada en Comunicación Social y Periodismo (Universidad Nacional de La Plata). Especialista en Comunicación Audiovisual Digital (Universidad Nacional de Quilmes). Docente de la Facultad de Comunicación Social y Periodismo desde 1999 en materias relacionadas con la realización audiovisual. Trabaja en la Agencia de Recaudación de la provincia de Buenos Aires, en las áreas de Comunicación y Recursos Humanos, donde desarrolla videos tanto para canales de TV nacionales como para el personal, el sitio web y las redes sociales del organismo. Contacto: ruthcobo@gmail.com

Sabrina Fleman

Licenciada en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de Buenos Aires y profesora del mismo campo disciplinar. Actualmente, cursa la Maestría en Comunicación Digital Audiovisual de la Universidad Nacional de Quilmes. Es profesora e investigadora en la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de San Isidro Dr. Plácido Marín. Participa del Observatorio de Ficción Televisiva en la TV Pública y de redIFAS (red de investigadores en ficción audiovisual seriada). Contacto: sabfleman@gmail.com

Analia Fraser

Licenciada en Comunicación Audiovisual (Universidad Nacional de La Plata) y magíster en Diseño y Gestión de la Producción Audiovisual (Universitat Autònoma de Barcelona). Contacto: hola@anafraser.com

Ezequiel Fuentes Sauma

Licenciado en Comunicación Social (Universidad Nacional de La Rioja). Actualmente, cursa la Maestría en Comunicación Digital Audiovisual (Universidad Nacional de Quilmes). Se desempeña como periodista en Radio Nacional La Rioja y es realizador audiovisual. Contacto: ifuentessauma@uvq.edu.ar

Néstor Daniel González

Es Licenciado y Magíster en Comunicación Social por la Universidad Nacional de La Plata (UNLP). Es

Vice Director del Departamento de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Quilmes (UNQ). Profesor e Investigador en la UNQ y en la Facultad de Periodismo y Comunicación Social (FPyCS) de la UNLP. Dirigió la Maestría en Comunicación Digital Audiovisual, UNQ. Ha publicado numerosos artículos sobre contenidos audiovisuales digitales y la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. Contacto: ngonzalez@unq.edu.ar

Paula Kuschnir

Licenciada en Comunicación Social (Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales, sede Rafaela, provincia de Santa Fe), realizadora audiovisual, docente y fotógrafa. Se encuentra finalizando la Especialización en Comunicación Digital Audiovisual (Universidad Nacional de Quilmes). Directora de *Silvia* (documental, 67 min, 2015, fomento de INCAA) y codirectora de *El habitante del silencio* (documental, 40 min, 2016). Integrante de Wayruro Comunicación Popular (2007-2015). Actualmente, productora independiente residente en Quito (Ecuador). Contacto: paulakus@gmail.com

Matías Petrini

Realizador integral en Artes Audiovisuales (Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires). Es investigador del Instituto de Estudios Escenográficos en Artes Escénicas y Audiovisuales (INDEES-CID, Facultad de Arte). Actualmente, cursa la Especialización en Comunicación Digital Audiovisual (Universidad Nacional de Quilmes). Contacto: m.petrini@outlook.com

Pedro Ernesto Ribeiro Alves

Graduado em Ciencias Sociales (Universidade Federal do Recôncavo da Bahia). Posgrado en enseñanza en Sociología (UCAM de Río de Janeiro) y maestrando en Ciencias Sociales y Humanidades (Universidad Nacional de Quilmes, Argentina). Contacto: ernesto_ufrb@hotmail.com

Mercedes Torres

Especialista en Comunicación Digital Audiovisual (Universidad Nacional de Quilmes). Docente del Taller de Realización Audiovisual en la Especialización en Comunicación Digital Audiovisual (UNQ). Docente del Taller de Producción Audiovisual III Facultad de Periodismo y Comunicación Social (Universidad Nacional de La Plata). Contacto: mercedes.torres@unq.edu.ar

El informativo en televisión.

Temas y narrativas de un género en transformación

El periodismo no ha muerto, sentencia Omar Rincón en el prólogo de este libro, y redobla la apuesta: es más necesario que nunca, pero hay que hacerlo de otros modos y en otros modos.

“**Y** ahí está este libro: analizar el *en transformación* de eso que llamamos información audiovisual. Y parte de una constatación: ya sabemos que todo noticiero dice verdades a medias (o sea que mienten por servir a su amo); han dejado de investigar para privilegiar el *en directo, en vivo, en desarrollo, el último minuto* y el *carroñismo* con los dolores del pobre; y nos informamos mejor por los memes y apuntes digitales.

Es en ese *en transformación* que este libro se atreve a visitar los viejos conceptos del oficio que siguen siendo fundamentales para informar sobre la actualidad (pero son, a su vez, el eje de mutación): eso que se conoce como calidad informativa; los criterios de noticiabilidad, noción de actualidad y agenda; la fusión narrativa entre información, ficción y entretenimiento; la participación de las audiencias. Estos son los conceptos fundamentales del periodismo, pero tienen que hacerse de otro modo en nuestra contemporaneidad. La calidad informativa no tiene que ver con la tecnología, sino con los criterios de sentido y su potencia narrativa; la noticiabilidad pasa por nuevas agendas como el feminismo, el medioambiente, las nuevas sexualidades; la narración tiene nuevos dispositivos y estéticas; las audiencias son parte de lo noticiable. Y todo esto para hacer énfasis en dos ejes claves que siempre han estado y estarán presentes en el periodismo televisivo: los derechos humanos y la memoria social”.

(Omar Rincón, fragmento del prólogo
“Un periodismo expandido, valiente, bello e intercultural”)

