

## LA PROTESTA SOCIAL: DEL NOTICIERO A LAS AUDIENCIAS

### SOCIAL PROTEST: FROM THE NEWS TO THE AUDIENCES

Mg. Ariadna Cantú  
Universidad Nacional de Río Cuarto  
acantu@hum.unrc.edu.ar  
Argentina

Mg. Silvina Berti  
Universidad Nacional de Río Cuarto  
sberti@hum.unrc.edu.ar  
Argentina

#### Resumen

La protesta social es entendida como la acción colectiva que ciudadanos de distintos sectores llevan adelante para demandar por sus derechos. Los medios cumplen un rol central al expandir su espacio de visibilidad a la vez que la (re) construye. En este trabajo se presentan resultados sobre las percepciones y valoraciones que diversos grupos de la ciudad de Río Cuarto (Argentina) le otorgan a distintos tipos de protesta social emitidas por el noticiero televisivo local (*Telediario*). En particular se discuten las definiciones que surgen de los discursos de los entrevistados en torno a las concepciones de protesta social, al rol que le atribuyen al noticiero (ya sea éste considerado un servicio a la comunidad, un intermediario de partes en conflicto, o empresa con fines de lucro) y, finalmente, a la manera en que se interpreta la protesta *televisada*, teniendo en cuenta cómo incide la forma en que la noticia es presentada (espectacularización, dramatización, fragmentación, entre otros recursos).

**Palabras clave:** protesta social, noticieros televisivos, audiencias

#### Abstract

Social protest generally understood as the collective action that citizens from different social groups employ in demanding their rights. The media play a key role in diffusing its exposure through the way they (re)present this. In this work we are presenting the results of the way in which diverse groups in the City of Río Cuarto (Argentina) perceive and evaluate the various forms of social protest shown by the local news ("Telediario"). We have placed particular emphasis on the definitions which arise from the discourses of those interviewed according to their conceptions of social protest, on the role that they assign to the news (be it considered a service to the community, an intermediary between conflicting parties, or a for-profit company); and, finally, on the way in which the televised protest is interpreted, taking into account the impact of the form in which the news is presented (as spectacular, as a dramatization, and/or fragmented, among other means).

**Key words:** social protest, TV news, audiences

*(Recibido el 17/07/10)*  
*(Aceptado el 09/10/10)*

## 1. Introducción

Las imágenes se suceden una tras otra. El noticiero ensambla la quema de pastizales en el sur cordobés junto con el paro de transporte de corta y larga distancia; el ruido de los bombos y cánticos de los trabajadores con el pronóstico del tiempo. Del otro lado de la pantalla el público prepara la comida, cena, y de vez en cuando levanta su mirada para ver lo que sucede, habla, opina. Buena parte de nuestra experiencia y de nuestro conocimiento acerca del mundo se da a partir de los medios, parte integrante de nuestra vida diaria.

La protesta social, esa acción colectiva que ciudadanos de distintos sectores llevan adelante para demandar por sus derechos, se apodera de nuestras pantallas de televisión de manera cotidiana. Los medios la (re)construyen siguiendo sistemas de clasificación, dando o negando la palabra a los propios actores, ampliando o acercando planos, revelando motivos o enfatizando sus formatos, buscando efectos de neutralidad o modalizándolas según la ocasión; el cómo se presenta la noticia, entonces, contribuye a sugerir o demarcar diferentes tipos de lecturas, pero el poder de los discursos mediáticos de producir ciertos efectos, ya sean placeres, ideas o prácticas de cualquier tipo, no puede ser anticipado. Así, no basta sólo con analizar el modo en que la protesta social se construye en los discursos televisivos sino que resulta necesario indagar acerca de las diferentes maneras en que las audiencias le asignan sentido. En este trabajo presentamos resultados sobre las percepciones y valoraciones que diversos grupos de la ciudad de Río Cuarto<sup>1</sup> (Argentina) le otorgan a distintos tipos de protesta social mediatizadas por el noticiero televisivo local (*Telediario*, Canal 13, Río IV).

## 2. Sobre el trabajo de campo<sup>2</sup>

Con el objetivo de analizar la forma en que los miembros del público se posicionan e interpretan los mensajes televisivos conformamos grupos de discusión, herramienta que resulta de gran utilidad para generar la producción discursiva -por medio de la conversación entre los participantes- sobre la protesta televisada. Así, pusimos en diálogo dos tipos de discursos: aquéllos producidos por *Telediario* sobre la protesta y aquéllos otros producidos en la situación de entrevista grupal. Para ello, los miembros de los grupos fueron expuestos a videos sobre distintas manifestaciones televisadas por el noticiero local, que actuaron como disparadores de la discusión.

Los grupos fueron conformados teniendo en cuenta la edad, el sexo y el nivel educativo. Los dos grupos iniciales, y a partir de los cuales hemos de brindar un análisis de las lecturas, contaron entonces con hombres y mujeres de entre 30 y 50 años, y en uno de ellos los integrantes poseían estudios universitarios (Grupo 1 – G1) y en el otro, nivel de educación media (Grupo 2 – G2). Este último aspecto fue tenido en cuenta atendiendo a la posibilidad de observar mayores diferencias en sus patrones de lectura; como plantea Morley (1992), el sentido de un texto es construido de manera diferente acorde con los discursos (conocimientos, prejuicios, resistencias) que el lector pone en juego al momento de exponerse al mismo. Las posiciones sociales permiten acceder a repertorios de discursos diferenciados y consecuentemente producir diferentes interpretaciones. Resulta importante, entonces, remarcar que no es que consideremos que la educación por sí misma es la que actúa al momento en que los actores sociales se enfrentan a los medios; lo que sí suponemos es que el nivel educativo se conecta/entrelaza, abre posibilidades de posicionarse de manera diferente

---

<sup>1</sup> Río Cuarto es una ciudad mediana ubicada en el sur de la provincia de Córdoba, con una población de 144 mil habitantes. Es centro comercial y de servicios de una región agrícola-ganadera emplazada en la pampa húmeda argentina. El desarrollo que experimentó a partir de finales del siglo XIX, sumado a su carácter independiente, le ha valido el apodo coloquial de *El Imperio del sur cordobés*.

<sup>2</sup> Las autoras de este artículo son miembros del equipo de investigación que trabaja sobre la protesta social. El proyecto, aprobado y subsidiado por la Secretaría de Ciencia y Técnica- Universidad Nacional de Río Cuarto (SECyT-UNRC), se titula "La protesta social en noticieros televisivos locales y nacionales. Los sentidos construidos en los discursos y en las lecturas de las audiencias".

en el campo social, establecer relaciones sociales y adquirir experiencias que son diferentes y, por lo tanto, de manera compleja, dar marcos diversos para la interpretación de los textos a los que la gente tiene acceso. Dado que los individuos traen consigo series de textos que forman parte de sus vidas cotidianas, consecuentemente sospechamos que subgrupos que comparten los mismos tipos de experiencias tenderán a producir tipos similares de decodificación.

El corpus de noticias con las que trabajamos estuvo comprendido por los meses de junio y agosto de 2009. Una vez identificadas las protestas que aparecieron en dicho período, seleccionamos algunas adoptando los siguientes criterios: a. diversidad de demandantes (ONGs, empleados estatales, empleados del sector privado, grupos de vecinos, etc.); b. diversidad de demandados (Estado, sector privado); c. diversidad de métodos empleados; es decir, el formato de la protesta (paro, manifestación en espacios públicos, manifestación pacífica/ con disturbios, etc.); d. resolución o no del conflicto; y e. aparición de voces múltiples o sólo de algunos sectores involucrados.

Así, las noticias que formaron parte de los videos utilizados para los grupos de discusión fueron:

1. AOITA (Asociación Obrera de la Industria del Transporte Automotor): protesta realizada por los choferes de ómnibus en demanda de aumentos salariales. La particularidad de este caso es que, a diferencia de otras producidas por el noticiero local, se expone una amplia diversidad de voces. Se presentan entrevistas a representantes del gremio de choferes de colectivos y a los empresarios, a distintos tipos de damnificados, como por ejemplo: gente que quiere viajar a otras localidades, y taxistas y remiseros que se ven perjudicados por la falta de pasajeros que requieran de sus servicios, así como alusiones a la disminución de colectivos de radio urbano.
2. La Fundación Desafío, entidad sin fines de lucro que trabaja con niños discapacitados: marcha realizada por el centro de la ciudad demandando al estado municipal por una vivienda. Aquí se presenta la resolución del conflicto.
3. Empleados de distribución de gas; en este caso, además de la presencia de voces variadas, lo característico está marcado por el formato: quema de gomas frente a la planta, lo que culmina con dos personas detenidas, hechos sobre los que hace particular hincapié el noticiero.
4. Vecinos autoconvocados en contra de la suba de impuestos (dado en llamar el Impuestazo): ciudadanos que manifiestan frente al Concejo Deliberante durante el tratamiento del tema por parte de los ediles, y
5. Protesta de SEP (Sindicato de Empleados Provinciales) donde se nuclea distintos gremios y hay una gran marcha por el centro de la ciudad.

A partir de ellas realizamos dos videos, uno inicial en el que se editó un mix con resúmenes de las diversas protestas que actuó como disparador de la discusión, y un segundo video, con fragmentos completos de cada una de las protestas antes mencionadas que fueron objeto de análisis y discusión más detallado con los entrevistados.

### **3. Las definiciones de la protesta: del descontento al ejercicio democrático**

La forma en que los entrevistados construyen a la protesta social se presenta como el punto de partida para comprender luego sus lecturas acerca de la televisación de las mismas. En el caso del Grupo 2, las respuestas giran en torno a demandas, problemas, necesidades que no reciben respuesta. En ellos los sectores involucrados son la gente (la comunidad) y la clase política. De manera similar, el Grupo 1 entiende a la protesta como una manifestación de disconformidad o descontento por parte del ciudadano. Sin embargo, a pesar de ciertos acuerdos básicos entre los entrevistados, se esbozan otras líneas argumentales de base que van a incidir, luego, en la manera en que se posicionan al momento de realizar las lecturas de las protestas específicas que les son mostradas; hay quienes van más allá y consideran a la

protesta social como un acto de ciudadanía y establecen la conexión con el estado democrático cuando nos comentan que la posibilidad de protestar es *“producto de la democracia”*.

Todos los entrevistados valoran a la protesta (al menos desde lo que podríamos considerar el *deber ser*) como algo positivo. Se reconoce que todo ciudadano tiene derecho a manifestar su disconformidad, exigir sus derechos, exponer públicamente su demanda, independientemente del motivo. Esa necesidad de manifestarse, de expresar la disconformidad, no se restringe sólo al espacio público “tradicional”. Tal como sugiere Estrada (2003: 10), el combate por existir se libra, también, en los medios, ya que las personas encuentran allí un lugar para su participación que, de otra manera, se vería restringido. “Se estaría construyendo una ciudadanía mediática, definida como el derecho a existir, aunque sea, a través de los medios”. Un eco de esta idea puede escucharse en las palabras de nuestros entrevistados cuando aseguran que quienes protestan lo hacen justamente para aparecer en los medios, con el fin de darse a conocer de forma masiva y así lograr que los escuchen.

A pesar de esto, se perfilan diferencias entre los interactuantes. Podemos afirmar que se reconoce el derecho constitucional que tiene todo ciudadano a manifestar y demandar por sus derechos vulnerados, pero por otro lado, también, entre algunos de los entrevistados se detectan ciertos signos, si no de rechazo, al menos de descreimiento o cierto grado de desaprobación, a partir de lo que podríamos identificar como el lugar común del abuso (Angenot, 1989). En el Grupo 1 se habla de una abundancia de protestas, de un uso excesivo y hasta de un carácter crónico de las mismas que los lleva a plantear una pérdida de efectividad de este tipo de acción colectiva. Mientras, en el Grupo 2, un planteo similar percibe que, por momentos, los medios le dedican mucho tiempo, se extienden demasiado en la cobertura de las protestas y eso *“aburre”*. Estas discusiones presentes en ambos grupos nos recuerdan el planteo de Pérez (2001) quien al observar el gran espacio dado a las protestas en los noticieros sostiene que se produce un exceso de visibilidad que se torna abrumador, obscuro, transparente, y en esa transparencia, en esa abrumadora visibilidad la protesta se torna invisible.

Asimismo, si bien en términos del deber ser todas las protestas y todos quienes protestan tienen el mismo derecho, entrevistados de ambos grupos establecen diferencias entre las que ellos identifican como más “políticas”, en las que perciben que subyacen intereses políticos (no sólo partidarios sino también gremiales), y aquéllas de índole más social. Las primeras valoradas más negativamente que las segundas. Sin embargo, al mismo tiempo, otros (Alicia, G1 y César, G2) se oponen a una valoración negativa de lo ‘político’. Reconocen en los grupos organizados la capacidad de coordinar, articular la protesta, garantizar su efectividad, darle los marcos necesarios para llevarla adelante y/o lograr sus cometidos; y consideran a toda protesta -más allá de quién la lleve a cabo- como indicador de participación en un estado de derecho. *“Si no hay participación del pueblo... habla de anomia, habla de indiferencia (...) En un estado de derecho democrático si no hay protesta social es porque algo pasa”*, comenta Alicia.

#### **4. El noticiero televisivo, entre el servicio social y la empresa mediática**

Para adentrarnos en las lecturas acerca de la protesta televisada que se volcaron en los grupos de discusión, parece necesario detenernos también en las definiciones que plantearon los entrevistados en torno a lo que podríamos llamar el rol atribuido al noticiero. Dependiendo de la definición de noticiero a la que adhieran, la protesta va mutando de significado. Puede ser un “hecho de la realidad”, un diálogo entre sectores en conflicto, una construcción entretenida o una mercancía más en la góndola del informativo. Y cada significado trae consigo lecturas, interpretaciones, valoraciones diversas, de las cuales daremos cuenta en los próximos apartados.

## 5. El noticiero televisivo, un intermediario entre demandantes y demandados

El combate por existir que llevan adelante diversos sectores de la ciudadanía se libra, aunque no exclusivamente, en los medios de comunicación; lugar de participación que amplía las posibilidades de ejercer la ciudadanía (Estrada, 2003). Ser visible o invisible –según contextos y momentos- supone detrás de sí juegos de poder que operan a partir de diferentes usos y prácticas en torno a la visibilidad. Como la libertad de poder elegir cuándo hacerse visible y de qué manera no está distribuida equitativamente y muchos sectores corren el riesgo de ser condenados al silencio, no es casual que se produzca una suerte de lucha por conseguir espacios de publicidad. Y las estrategias a las que pueden recurrir son variadas (Cantú, 2006). Hace tiempo que los grupos de protesta han aprendido que necesitan formar parte de la agenda de los medios para existir y que sus reclamos tengan algún destino; consideran que tener a la prensa de aliada es crucial e incluso algunos líderes de movimientos sociales reivindican la reutilización del mensaje mediático y la “coproducción” con los medios (Mayer, 2007). Esta alianza cobra sentido en la medida en que los tiempos de la política y sus instituciones, por un lado, y los de los medios, por el otro, están desfasados; los medios tienen la capacidad de expresar más ágilmente las demandas populares que el sistema político debido a su mayor velocidad y poder de amplificación. Esto produce un corrimiento del ámbito específico de la participación política hacia el espacio público-mediado, algo que no pasa inadvertido en el discurso de los entrevistados:

*Gloria: La gente sale justamente porque va a haber un medio que los cubre y que después se hace público. Porque salen para que los filmen, para que los escuchen. (G2)*

*Susana: Porque golpean puertas y no... Tiene que darse a conocer así a nivel masivo para que... (G2)*

La presión ejercida a través de la amplificación de la protesta gracias a los medios es considerada por los entrevistados como una herramienta necesaria para que los reclamos sean escuchados y, muchas veces, encuentren solución. El noticiero condensa dos nociones indisolublemente ligadas pero distinguibles: es intermediario y cumple una función social. En tanto intermediario, algunos consideran que al dar a conocer las protestas de la sociedad, el noticiero acerca a las partes: a la gente y la clase dirigente, a los trabajadores y los empresarios. Tal apreciación por parte de los entrevistados resulta por demás interesante; ella nos remite a estudios que se preocupan por la conformación y el accionar de movimientos sociales, por la protesta social y su relación con los medios de comunicación. Así, por ejemplo, Mayer (2007) resalta el hecho de que los medios no sólo se constituyen en aliados insustituibles de los movimientos sociales sino que, a través de otorgarles visibilidad, favorecen la *conexión* entre los ciudadanos que protestan y los sectores de poder.

Esta imagen aparece particularmente en el Grupo 2

*Gloria: ...como el rol del intermediario que hace el informativo entre la gente y la clase dirigente (...). La gente no sabe dónde recurrir y recurre a la tele, a los medios porque...*

*Susana: porque uno va a reclamar y no te dan bolilla. Ahora, vos llegás a decir en algún lado que vas a llamar al canal y te solucionan las cosas.*

*Gloria: (...) Entonces me parece que todo es eso: ser el intermediario de la gente y la clase dirigente.*

Otro aspecto que surge estrechamente ligado a este rol asignado al noticiero, es que los entrevistados consideran que ese espacio mediático es aprovechado (usado) por las partes en conflicto para actualizar un diálogo que de otro modo no se produciría. El noticiero es visto así como un lugar que *favorece* la relación entre quienes protestan y quienes son destinatarios de sus demandas y donde efectivamente se *produce* la negociación entre los sectores en conflicto.

*Acá es como que el medio de comunicación hace de intermediario entre las partes. (...) Entre las partes se van adelantando lo que va a ocurrir si el otro no hace lo que ellos están pidiendo. Una manera de ir presionándose (...) se van comunicando qué van a hacer en caso de no obtener lo que están reclamando. Entonces ahí el medio tiene un rol que es importante... como un debate entre las partes a través de los medios... (Gloria, G2)*

Asociada a esta idea de intermediario se plantea la función social que cumple *Telediario*; función social que le asignan por el hecho de que, al visibilizar públicamente la protesta o ampliar la capacidad de quienes protestan de ser vistos, los entrevistados consideran que las demandas son más escuchadas.

*A mí se me representó el rol del informativo. Tiene como un rol de servicio... es como que de alguna manera se producen logros porque uno lo ve y te presiona a ver... me parece que apunta bastante para ese lado... (Gloria, G2)*

*.. y es como que cuando sale en el medio de comunicación se hacen cargo de las cosas...( Susana, G2)*

Y es tan fuerte esta idea que, al ser expuestos a la protesta de la Fundación Desafío – protesta en la que el noticiero no sólo muestra la marcha sino que en la siguiente emisión informa sobre la solución del problema- y al preguntarles sobre lo que habían visto en el video, se desvían de la protesta en sí y vuelven al tema de la función social del noticiero; la protesta, los demandantes, la demanda pasan momentáneamente a un segundo plano y su mediatización toma el rol protagónico.

*Gloria: ¡De que si no iban a los medios no conseguían nada!*

*Susana: Ahí el medio cumple una función social. Consiguieron un lugar para la Fundación.*

Incluso desde la propia experiencia de los actores esta *función social* de los medios se da por sentada y a tal punto esto es así que ellos mismos asumen que los otros la asumen; con lo cual los medios pueden ser usados como una suerte de amenaza. Veamos lo que nos comenta Gloria (G2)

*Hace desde el mes de Enero que hice un reclamo a la empresa de teléfono. Todavía no me atendieron el reclamo. Entonces esta mañana pensé esto: voy a llamar y les voy a decir que voy a llamar a los medios, a ver si así vienen.*

En cada una de estas alternativas que se discutieron, el noticiero es construido como el lugar donde hoy en día la sociedad civil puede verse como política, puede hablar de los asuntos que le interesan y configurar el bien común, esto es, en esta construcción lo que aparece en juego es la noción del noticiero como espacio público<sup>3</sup> (Rusconi, 2006).

## **6. Noticias o entretenimiento: ¿mutua exclusión?**

El relato a partir de un texto informativo, con sus reglas particulares de construcción que se refiere a un hecho novedoso, desde hace algún tiempo ya no puede oponerse de manera tajante al entretenimiento. Parece ser que el consumo de noticias también debe ser una actividad agradable en la que se ocupa el tiempo libre, servir de pasatiempo, divertimento, y no sólo informar.

Hace ya algunos años comenzó a hablarse de *neotelevisión*<sup>4</sup>, caracterizada por un flujo fragmentario de contenidos en busca de un consumo también fragmentario. Basada en la convicción de que el público ya no es cautivo sino aleatorio, la oferta de la neotelevisión intenta

---

<sup>3</sup> La discusión acerca de los medios como nuevo espacio público ha sido ampliamente desarrollada por diversos autores, como Ferry (1992), Wolton (1991), Caletti (1999), Mata (2002).

<sup>4</sup> Opuesta a la *paleotelevisión* donde el interés de un canal se centraba en imágenes y objetivos particulares (por ejemplo, la imagen de seriedad con el objetivo de proporcionar un servicio informativo).

adaptarse a esta característica y, en dicho intento, los formatos tradicionales se desdibujan. Se habla entonces de dos macrogéneros que atraviesan los contenidos de esta nueva televisión: el de la ficción y el de la realidad. Sin embargo, Farré (2004) advierte que, en el nuevo pacto comunicativo, éstos no se dan por separado y que ficción e información cumplen sus funciones simultáneamente: “a la vez que informa –y por qué no, de manera entretenida-, el noticiero cuenta cómo es el relato de la sociedad de la que formamos parte” (p. 53).

Esta mixtura ha llevado a muchos autores a sostener que estamos frente a una tendencia creciente, en los medios de comunicación, hacia lo que se denomina el *infoshow* o *infoentretenimiento*<sup>5</sup> (Lozano Rendón, 2004; Luzón y Ferrer, 2008). La televisión tiene como uno de sus objetivos, entonces, *entretener* y, en ese marco, el noticiero se ha ido amoldando y el género informativo ya no se presenta de forma pura. González Requena (1992) observa una puesta en escena que aleja de la función referencial propia del género; Baudrillard (1998), Débord (1993), Virilio (1998) y Sartori (1998), entre otros autores, hablan de espectáculo de la realidad y de simulacro. Farré (2004), por su parte, considera que la caracterización del género debe ser repensada, aunque asegura que las nuevas formas que asumen los noticieros televisivos no suponen, en sí mismas, una desviación de los fines informativos.

El noticiero cumple así con una tarea doble, la de proporcionar información y la de entretener. Ambos papeles –con diferentes valoraciones- aparecen en la percepción de nuestros entrevistados. La clásica *vigilancia del entorno* de la que ya hablara Lasswell en los años ‘40 como una de las funciones que cumplen los medios, obviamente surge en los grupos aunque no de manera explícita, salvo en uno de los entrevistados:

*(...) de última es un informativo y de última hasta a mucha gente le sirvió para informarse de que no, no voy a ir a comprar pasaje porque no [andan los colectivos]. (Néstor, G1).*

Podríamos suponer que esto es así ya que se da por sentado que si estamos hablando de un informativo, informar sería –o debería ser, como veremos más adelante- su principal misión.

Los cambios en las formas de construcción de los noticieros, tal como planteamos más arriba, esta mixtura con el género del entretenimiento, también es observada en la recepción. Algunos entrevistados no desmerecen esta veta y avalan que el noticiero también deba entretener.

*Tal vez la información más pura... a veces aburre un poco eso, porque se extiende demasiado, se ocupa demasiado tiempo del informativo en pasar eso (...). En mi caso cambio de canal. Cuando la cosa me aburre... (Gloria, G2)*

*Antes el informativo era de 3er. plano. Había unos programas lindos, cómicos, Olmedo, Porcel, eso que atraía. Ahora no hay nada. Tenés el puterío de Rial<sup>6</sup> y demás, uno detrás del otro, eso ya le cansó a la gente ¿Entonces qué quedó de todo eso? Quedó el informativo. (César, G2)*

Este renovado interés por los informativos, del que da cuenta César, no sólo se percibe en la televisión argentina, sino que se observa un crecimiento de horas de emisión de este género en muchas emisoras del mundo. Algunos autores consideran que este incremento se da a partir de que el noticiero empieza a competir también por la audiencia –competencia antes reservada para los programas de entretenimiento- razón por la cual busca incorporar otras estrategias para atraer a los consumidores. (Farré, 2004)

---

<sup>5</sup> Luzón y Ferrer (2008) distinguen ambos tipos de hibridaciones de los dos macrogéneros; para las autoras se debe hablar de *infoshow* cuando el entretenimiento forma parte de la información y de *infoentertainment* cuando la información pasa a formar parte del entretenimiento.

<sup>6</sup> Jorge Rial es conductor del programa televisivo *Intrusos en el espectáculo*, un ‘noticiero’ de la farándula, popularmente denominado *programas de chimento*. Una de sus herramientas para el rating es la búsqueda constante de peleas entre personas del espectáculo o los llamados mediáticos (personas que han alcanzado su ‘fama’ justamente por aparecer en programas de *chimentos* provocando peleas).

Pero, si bien algunos entrevistados evalúan de manera positiva una cuota de entretenimiento en el marco de lo que son los informativos o noticieros:

*También se busca lo que entretiene. Hay algo en los seres humanos, en un alto porcentaje, que se entretienen con cierto tipo de información. Todo eso que es más denso, más violento, todo eso atrae. Entonces por eso se pasa más el momento de la marcha donde se hace más lío, donde se golpea más, donde se tiran más bombas (Gloria, G2)*

Por momentos ese corrimiento hacia el entretenimiento es valorado de manera negativa por otros, cuando perciben que esta función desplaza por completo el rol fundamental de “informar” en sentido puro y se transforma en puro entretenimiento:

*... ya han empezado a cambiar todos el nombre, uno es Telediario, 60 minutos, pero se está dejando de usar la categoría informativo como tal, por más que los encuadremos adentro de eso, porque algunos son prácticamente Talk show, no hay diferencia entre ese de Rial<sup>7</sup> -no sé como se llama- ... no hay diferencia entre ... -sí porque yo no los veo-. ¿Qué diferencia hay entre lo que hace Rial en Intrusos y lo que hace el noticiero muchas veces? (Alicia, G1)*

Esta disolución de los límites entre las funciones informativas y de entretenimiento desacredita al noticiero ante los ojos de los entrevistados. Siguiendo el planteo de Farré (2004), podríamos pensar que tal descrédito tiene origen en lo que se interpreta o considera como una traición del enunciador al pacto de lectura convenido otrora en el género informativo.

## **7. El noticiero como empresa. La protesta, una mercancía**

Dentro de las hibridaciones de la neotelevisión también se encuentra la amalgama entre valores contradictorios que compiten entre sí: el valor informativo y el valor empresa. Así, sugiere Farré (2004), el noticiero televisivo se convierte en una industria, y una muy preocupada por el éxito comercial de su producto. Para las emisoras el informativo es un bien más de consumo y se ha transformado en uno de sus valores objetivos, en un dispositivo más en la fórmula económica que hace que la programación sea rentable (Luzón y Ferrer, 2008). Desde esta perspectiva empresarial, la noticia es para el informativo un bien comercial o *commodity*: “tiene un costo de producción y distribución y debe crear un espectador modelo acorde con ella, de modo de poder ser vendida a posibles anunciantes” (Farré, 2004, p. 37).

Sociedades anónimas, empresas privadas; los noticieros y la televisión en general son enmarcados en estas categorías también por nuestro público; y la protesta social parece ser una mercancía que ayuda a vender. Estas lecturas se dan en ambos grupos, aunque de manera más recurrente en el G1. A partir de allí se encontraron explicaciones –no sin un punto de vista crítico- acerca de la forma en que las protestas se presentan en el noticiero. Entonces, dentro de las variadas representaciones sobre el informativo, la de empresa no faltó a la cita. De esta forma, en el Grupo 2 ella se da por sentada, como un hecho no cuestionado en la medida en que no se ve alternativa o que pudiera ser pensado de otra manera:

*El rol de los informativos o de la tele en general es amplio.... Porque incluso como son empresas privadas eso lo manejan... (Gloria, G2)*

*Entonces se reamplía el informativo, hay un canal, TN noticias, todo de noticias; América ha hecho lo mismo; es decir, es una cosa rentable que la gente ve (...). ¿Entonces que se ha hecho? El informativo tiene un auge que nunca vi, como el de ahora (...) Son un comercio. Sociedad Anónima. (César, G2)*

En el grupo de universitarios, mientras tanto, el rol empresarial generó ciertas divergencias de opinión en torno a cuál de las funciones –la empresarial o la informativa- debe

---

<sup>7</sup> Jorge Rial nuevamente citado gracias a su programa que podríamos incluir en la *telebasura*, material audiovisual carente de calidad (Luzón y Ferrer, 2008)



ser priorizada a la hora de transmitir las noticias. Veamos el diálogo que se establece entre Néstor y Silvana (G1)

*Néstor: ... pero en realidad esto se hace porque vende. Es una empresa, es una sociedad y tiene fines de lucro y yo lo entiendo. O sea, desde mi punto de vista yo les diría que hagan lo mismo [ríe]. Más allá de eso somos todos un poco culpables de eso en realidad, no sé si por ahí es el tema que estamos charlando, pero en realidad vos decís: bueno, lo hace porque está puesto y determinado que si lo encarás de esa forma tenés a la persona sentada y esperándote, y generalmente a esa nota la terminan desarrollando en el último bloque y te hicieron quedar sentado todo el programa...*

*Silvana: Por ahí la importancia de la ética...no te están vendiendo remeras, es formación de ideas.*

Aunque consideren que los medios son empresas, algunos entrevistados esperan de ellos, y en particular de los informativos, que no se priorice esta función en desmedro de una cierta *ética* periodística. Esto refuerza el planteo de Farré (2004), quien sostiene que más allá de los cambios que la neotelevisión impuso, el público sigue reconociendo en el noticiero la función institucional informativa, por lo tanto, la expectativa de la audiencia está centrada en que éste "cumpla con su deber", a saber: "a) decir la verdad; b) decirla según criterios de relevancia y proporción; c) separando la información del comentario" (p. 40).

Más adelante, los mismos protagonistas llevan la discusión sobre la forma de presentar las noticias al mundo de la oferta y la demanda.

*Néstor: A ver, yo soy más práctico y yo hoy por hoy eso es una consecuencia de la sociedad que formamos, yo creo que lo que nos muestran y lo que nos venden es porque hay gente que lo consume. En realidad creo que somos un poco culpables de... creo que los informativos son como son porque nosotros consumimos eso. Es decir, no sé si tienen toda la culpa ellos. Yo veo desde un punto de vista de empresa y él me vende lo que yo quiero comprar, sino si nadie comprara...*

*Silvana: Ellos son altamente responsables, muy altamente responsables, yo casi te diría que son los principales porque que la gente lo consume o no por ahí tiene mucho que ver con que es el único noticiero que tenemos acá en Río Cuarto, con que hay gente que tiene ignorancia, y no es culpable de eso la gente, no es culpable. (Grupo 1)*

Aquí el típico dilema de qué es lo que está primero -tan bien ilustrado con la alegoría del huevo y la gallina- es lo que está en la base de la discusión. Néstor supone el equilibrio en esta transacción comercial del bien-noticia; sostiene que lo que prima es el juego de la oferta y la demanda. Un juego de complicidad entre productores y consumidores que no puede existir sin la voluntad de/el compromiso entre ambas partes. Contrariamente, Silvana resuelve la disyuntiva a favor de uno de los polos: para ella la oferta está antes que la demanda. En este sentido, asume la defensa de los consumidores; da por sentado que es el noticiero el que fija la agenda y que no lo hace teniendo en cuenta los intereses del público (quien finalmente no tiene más opción que consumir lo que se le ofrece), sino sus propios intereses (egoístas). Para ella, la gallina pone el huevo.

## **8. El marketing de la noticia**

Ahora bien, si estamos frente a empresas que lo que buscan es vender, como parte de ellas, los informativos necesitan estrategias para atraer a los consumidores. La mayor elaboración de sus productos noticiosos, tanto en su aspecto formal como en el tratamiento de los contenidos, es un elemento que, según Luzón y Ferrer (2008), se explota para conseguir captar la atención de la audiencia; de la misma manera, consideran que la tendencia creciente hacia el *infoshow* o el *infoentertainment* se explica también en el marco de esta lucha por el

rating. Las autoras señalan la presencia y/o combinación de tres aspectos que convierten a la información en espectáculo; a saber: la *imagen impacto* (cuando la imagen es en sí misma más importante que el contenido que se brinda); la *estructura dramatizada del discurso* (las noticias se seleccionan en función de su aspecto dramático, en el sentido de que se escenifica el acontecimiento, se lo exagera), y la *hibridación de los contenidos* (integración de aspectos ficcionales y de entretenimiento dentro del género informativo).

Lozano Rendón (2004), por su parte, ve en la espectacularización –esta propensión hacia el uso de recursos de forma y de fondo que apelan más a las emociones y a los sentidos que a la razón- otro medio para seducir a audiencias normalmente no interesadas en el seguimiento de los noticieros, lo que al mismo tiempo refuerza la atención de las que ya lo están. En este proceso, “las noticias se transforman en espectáculo, se trivializan, se presentan como piezas dramáticas, chuscas o sensacionalistas que lejos de interpelar a los televidentes como ciudadanos, los conciben como consumidores y como puntos de rating” (p.102).

Este uso de ciertas estrategias para captar o retener al público se cristaliza en las palabras de Néstor (G1): *lo hace [elegir determinada forma de presentar la noticia] porque está puesto y determinado que si lo encarás de esa forma tenés a la persona sentada y esperándote, y generalmente a esa nota la terminan desarrollando en el último bloque y te hicieron quedar sentado todo el programa...*

Aparece como un hecho *natural*, si se acepta que estamos frente a una empresa más, que el informativo enfatice ciertos rasgos de la protesta (el formato<sup>8</sup>, las consecuencias, el choque de derechos<sup>9</sup>) en desmedro de otros (la demanda<sup>10</sup>, por ejemplo), aunque no necesariamente se comparta dicha selección. Se percibe como natural que se explote el sensacionalismo, que se recurra a la espectacularización de las noticias, que se destaquen los rasgos de la protesta que sirven a estos recursos, la dramatización, la fragmentación en la cobertura del acontecimiento; todo ello es natural en una empresa que –como tal- busca capturar más consumidores.

*Todo eso que es más denso, más violento, todo eso atrae. Entonces por eso se pasa más el momento de la marcha donde se hace más lío, donde se golpea más, donde se tiran más bombas, porque se ve que hay algo en el ser humano que vibra en consonancia con eso. (Gloria, G2)*

*Es bastante natural que si vos hacés un reclamo y eso crea un conflicto, quema de gomas, llevan gente presa, van a mostrar eso, no van a mostrar la protesta que están haciendo. Es bastante lógico y natural (Mariano, G1)*

Mariano habla así después de ver las siguientes imágenes: primer plano de gomas que han sido incendiadas en las afueras de la ciudad. El periodista anuncia que una veintena de personas impide la distribución de gas y son las responsables del disturbio, que la quema se realizó a escasos metros de las garrafas ahí acopiadas con el consecuente peligro de explosión y que hay dos detenidos. Es todo lo que se muestra durante la primera emisión del conflicto. La siguiente entrega permite conocer que se trataba de una medida de fuerza que afectó a todo el país en demanda de aumento de salarios de los distribuidores de gas envasado.

¿Qué es *natural* para Mariano frente a esta protesta? Es *natural* que ante hechos sobresalientes, espectaculares, el noticiero haga hincapié en ellos y no en el motivo del reclamo. Es natural porque es eso lo que vende, como acota Néstor en esa discusión.

---

<sup>8</sup> El formato de la protesta hace alusión a los repertorios de la acción colectiva (Tarrow, 1998); es decir, al modo con que la protesta aparece en la escena pública.

<sup>9</sup> En este sentido son de gran utilidad los aportes de Gargarella (2006). El choque de derechos supone el enfrentamiento de un derecho con otro y por lo general se limita el de la protesta para proteger otros involucrados, como el derecho a transitar libremente. Nos encontramos frente a dos derechos reclamando por el mismo espacio, el mismo lugar y sólo uno de ellos puede ganar.

<sup>10</sup> Schuster (2005) define a la *demanda* de la acción de protesta como aquello que se pide (incluye también el cómo se lo pide) y plantea que es una cuestión genérica y específica. La demanda siempre se expresa de un modo concreto.

*Mariano: No, no, no digo que está bien o que está mal. Podrían haber entrevistado a los que habían quedado y no habían llevado presos, pero digo, si vos ves ahí a una gente y a gente que se están llevando presa, vos a quien vas a agarrar, naturalmente vas a ver el conflicto más grande, a los que se están llevando presos, o a lo que está generando violencia o está generando otro tipo de situación y no...*

*Néstor: No sé si está bien o está mal, es lo que vende, es lo que la gente... es lo que tenía la gente... porque seguramente lo informaron como que vuela la planta de gas. Entonces la gente estuvo esperando todo el tiempo eso. A ver, digo, de última, sin emitir un juicio de valor, priorizan la que comercialmente les conviene (...) Yo particularmente los justifico porque para mí es un comercio y eso sirvió... (Grupo 1)*

Pero a esa naturalidad se contraponen visiones más críticas por parte de otros entrevistados en relación con las estrategias discursivas a las que apela el informativo y que sobreimponen el valor mercancía al valor noticia. En este sentido podemos diferenciar inicialmente dos argumentos sobre los que se asienta la perspectiva crítica de nuestros entrevistados: la primacía de lo *superficial* y la exaltación de lo *morboso*. Estas dos dimensiones atraviesan, cruzan, se entrelazan con las tres características que mencionáramos anteriormente y que hacen de la información un espectáculo. Vemos que, por un lado, lo que damos en llamar *superficial* se relaciona más o menos directamente con la *hibridación de contenidos*. Los entrevistados refieren a que los noticieros buscan provocar el entretenimiento a partir de la proliferación de comentarios sobre la vida privada de personalidades del mundo político, del espectáculo, deportivo, etc. Es el énfasis puesto en las celebridades y las características individuales del que da cuenta Gringas (1998) al referirse a la categoría de *personalización* que forma parte del fenómeno de la espectacularización. Así por ejemplo, Gloria (G2) nos comenta:

*Y en el medio te meten el entretenimiento incorporado al contenido de los informativos, porque si no se ve que no llama la atención. Los chimentos de la farándula, del fútbol, de la política, pero con esa característica de chimento. Y eso hace al negocio de ello. Ven lo que vende más...*

Por otro lado, lo morbo atraviesa tanto la estructura dramatizada del discurso cuanto la imagen impacto. El morbo, ese extraño placer que produce la contemplación de situaciones desagradables, dramáticas y aterradoras, es explotado por el noticiero a partir de las formas discursivas con las que interpela a la audiencia. Las notas magnifican los hechos que se suceden en la pantalla; la palabra sobredimensiona los acontecimientos que eventualmente hemos de presenciar.

*... uno prende el noticiero y los 5 primeros titulares sí o sí son terroríficos, nefastos, crueles y después viene algún momento de distensión. Pero aunque no sea tan grave te lo presenta como grave; es decir, para generar expectativas para que no se le vaya el televidente –yo presumo que debe ser para eso- pero siempre hay tres o cuatro titulares que son gravísimos, gravísimos (Alicia, G1)*

*Yo veo ahora lo morbo que está poniéndose con el tema del mazazo, de la chica a su amiga (...) Explotan todo eso, no sé el rating que dirá, pero yo cuando vi todo eso, cambio a otra cosa, y sí (César, G2)*

Pero también la imagen está al servicio del morbo. Los primeros planos se detienen sobre la moto que se accidentó, el llanto desconsolado de una madre, las llamas incontrolables que devoran el paisaje serrano, los niños en sillas de rueda o las gomas que han sido quemadas frente a la planta de gas.

*Alicia: pero vende. Es consumida... ahí, en la posible explosión está la cámara en el charco que ha quedado de las cubiertas que apagaron. Amarillistas 100 %, no?*

*Silvana: amarillistas, es lo que vende, en todas son amarillistas, no solamente en las manifestaciones, en las catástrofes ambientales, en las inundaciones... (Grupo 1)*

La sobrevaloración de la noticia como mercancía a partir de la proliferación de estrategias que se ponen en juego para aumentar el rating y mantener cautiva a la audiencia frente a las pantallas de televisión, es valorada negativamente por algunos de los entrevistados al señalar que tal parcialización, segmentación y descontextualización de los acontecimientos los priva de acceder a la información (valor-noticia) que esperan alcanzar al momento de exponerse al noticiero.

## 9. La fragmentación de la protesta en el noticiero local

La protesta social supone al menos dos actores en conflicto, están quienes hemos dado en llamar ‘los demandantes’ (grupos más o menos organizados política, gremial o sectorialmente), y los ‘demandados’ (que incluye tanto a entes públicos –gobierno nacional, provincial y/o municipal- cuanto a privados). A los demandantes los mueve el reclamo por algún derecho que consideran vulnerado; en otras palabras, la búsqueda de solución de problemas de índole variada (ya sea que se trate de reclamos salariales, mejoras en las condiciones laborales, protección del medio ambiente, justicia por casos no resueltos o cuya no resolución se teme, mejoras en el servicio de transporte o legislaciones más justas, por nombrar sólo algunos que dan cuenta de la heterogeneidad de motivos que llevan a la acción colectiva). Pero como hemos esbozado anteriormente hay otra serie de cuestiones que no pueden ser soslayadas, esto es, el formato que adquiere la protesta (movilizaciones en la vía pública, cortes de ruta, huelga, entre otras), el modo en que se lleva adelante (podemos hablar de marchas de silencio o estruendosas, pacíficas o violentas, etc.) y de manera concomitante, cómo ésta afecta –en mayor o menor medida, o en distintos grados- al conjunto de la ciudadanía o a sectores de la misma (por ejemplo, el corte de ruta que impide la libre circulación vehicular; el paro de transporte público que perjudica a los usuarios del servicio o el paro de transporte de carga que puede virtualmente afectar a todo un país).

Sin embargo, más allá de todo lo que podamos decir acerca de la protesta en sí, cuando ésta entra en el discurso de los medios, su propia naturaleza se ve afectada; por un lado, porque los medios la (re) construyen siguiendo una lógica particular, y por el otro, porque son los propios involucrados quienes la afectan al actuar-la frente a las cámaras. Así, la decisión estratégica que implica planificar una movilización tiene en cuenta una serie de símbolos y una estética que se consideran adecuados para lograr/optimizar su visibilidad. Pero lo que aquí nos interesa no es tanto este último aspecto como la manera en que efectivamente la protesta circula a través de los medios; es decir, cómo el noticiero la construye, la significa y la expone en la pantalla y, por sobre todas las cosas, cómo, una vez emitida, es interpretada por las audiencias.

Como mencionamos anteriormente, las noticias sobre protesta a las que se expuso a los grupos fueron seleccionadas teniendo en cuenta criterios que responden a las diversas maneras con que *Telediario* las presenta. Algunas resaltan la forma; alguna introduce la resolución del conflicto; y otra, como la de AOITA, además de la información acerca del paro de transporte, presenta voces múltiples.

La noticia definida como “redondita” por una de las participantes de los grupos focales sería aquella que expone el conflicto, da voz a todos los sectores involucrados y consecuentemente permite ‘entender’ lo que ocurre. La noticia ‘redondita’ es vista, así, como neutral, y favorece una lectura que acepta el marco dado por el medio. Sin embargo lo que es redondito para unos no lo es para otros, que perciben, por ejemplo, que a pesar de que efectivamente haya multiplicidad de voces, algunas tienen mayor espacio, que más allá de que aparezca el motivo de la protesta éste se desdibuja frente a la sobrevaloración acerca de la metodología empleada para llevar adelante la acción colectiva o frente a las consecuencias que trae para otros el formato de la misma. (Berti, 2010)

Centrándonos en la manera en que los grupos de discusión se posicionan ante la protesta televisada, entonces, y más allá de la aceptación del marco dado por el noticiero entre algunos miembros, surgen claramente tres juegos opositivos; estos son: demandantes/demandados, demanda/formato, y demanda/consecuencias. Estas oposiciones, que trataremos a continuación, dan lugar a diversos tipos de lecturas por parte de los entrevistados, algunas que tienden a aceptar en mayor grado las definiciones del noticiero y otras que asumen posiciones más críticas.

Demandados/demandantes: la puja que se da entre los sectores enfrentados puede ser presentada por el noticiero de diversas maneras. Puede que en la puesta en escena sólo aparezca la voz de quien demanda, o por el contrario, la del demandado. Puede que ambas estén presentes y/o que se incluya a la de la ciudadanía, pero también puede ocurrir que la palabra sólo sea potestad del locutor que narra el conflicto, ya sea acompañado de imágenes in situ o sin ellas. En el caso de la protesta de AOITA se observa una amplia polifonía que permite oír al gremio, a los empresarios, a los usuarios del transporte, y a taxistas y remiseros que trabajan habitualmente en la terminal de ómnibus. Este es un claro ejemplo de lo que denominamos “la noticia redondita”, que es leída ampliamente por el G2 en clara aceptación del encuadre dado por el noticiero. Sin embargo, más allá de que en general todos los entrevistados del G1 reconozcan esta polifonía, algunos, lejos de escuchar un coro donde desde sopranos a barítonos se conjugan en armonía, identifican que un tipo de registro sobresale más que el resto dando cuenta de una suerte de disonancia en la que se tensa el juego entre los adversarios. Así, por ejemplo, Alicia comenta:

*Se le dedica más tiempo a la empresa y se la beneficia, porque en realidad el planteo de fondo que está haciendo el noticiero no es si van a conseguir el aumento los empleados o no, es si la empresa va a poder conseguir el subsidio para pagar el gasoil. (...) El único que gana es la patronal, en la construcción discursiva desde mi punto de vista, porque deja bien claro: estoy perdiendo, no recaudo, necesito el aumento.*

Como podemos observar, entonces, el hecho de presentar todos los elementos que se conjugan alrededor de una noticia sobre protesta no es garantía ni de neutralidad ni de aceptación de la definición que brinda el medio acerca del conflicto. Los entrevistados (y suponemos consecuentemente que esto es aplicable a lo que acontece en situación ‘natural’ de recepción), al poner en juego sus propios marcos situacionales e ideológicos interactúan con el texto televisivo dando como resultado diferentes lecturas. En el caso de Alicia –quien dice conocer la naturaleza compleja del conflicto del transporte a partir de su rol de gremialista activa-, ella pone en juego su propia práctica y experiencia y asume una lectura oposicional (como lo hará a lo largo de la entrevista) con relación a la manera en que *Telediario* presenta a la protesta. Si siguiéramos pensando en el coro, el noticiero es percibido aquí como su director y en consecuencia, como principal responsable de que un registro sobresalga por sobre los demás. Pero en otros casos el problema ya no parece radicar en quien dirige sino en un problema de registro, al dar el director la señal, la voz que debiera lucirse, desafina:

*Lo que mostraban los gremialistas no está claro, a lo mejor por una falta de capacidad del gremialista. Fue como que no, ya que estás ahí aprovechá la oportunidad de que te pongan un micrófono enfrente y explicá bien. (Silvana)*

Demanda/formato: No existe la protesta sin demanda, los grupos que manifiestan su descontento se movilizan por causas que, como hemos visto, son de distinta índole. Pero de la misma manera, no hay protesta sin formato; es decir, de forma más o menos planificada, los grupos que demandan despliegan su estrategia para hacerse ver y oír. Ambas son condiciones necesarias y ninguna es suficiente independientemente de la otra. Pero el corazón está en el motivo; impulsor de la corriente que lleva a la exposición pública. Este razonamiento, válido para la protesta, no es necesariamente al que responden los medios cuando la ponen en las pantallas. Lozano Rendón (2004) habla del fenómeno de la fragmentación, entendido como “la

presentación de hechos y asuntos en forma de 'información cápsula'; las noticias no exponen los temas en su complejidad sino que ignoran o minimizan "hechos que los televidentes como ciudadanos deberían conocer para ejercer sus derechos democráticos" (p. 104). Una de las maneras en que se puede observar la fragmentación cuando analizamos la protesta social televisada es en el borramiento o desdibujamiento del motivo de la demanda; pero como veremos en el próximo apartado, la fragmentación también se observa en relación con el par opositivo demanda/consecuencias. ¿En qué casos el formato juega en contra de la demanda? ¿Es tan sólo en relación con el tipo de despliegue? ¿O en todo caso, con la manera en que ese despliegue es magnificado por el medio? Los discursos de nuestros entrevistados indican que, según cómo se posicionen, se responde afirmativamente a una u otra pregunta.

Partiendo de un acuerdo inicial que se observa entre todos los participantes de ambos grupos de discusión, a saber: que el motivo resulta secundario y/o prácticamente diluido en la protesta de los empleados de distribuidoras de gas envasado, resulta interesante analizar las diferentes maneras en que se sitúan frente a esto. Así, por ejemplo, en el Grupo 2 se presenta el siguiente diálogo:

*César: Para mí pasó a un segundo plano la solicitud de mejoras salariales. El problema ahí es que hicieron mal las cosas, hay detenidos.*

*Gloria: Eso deja una enseñanza: la próxima vez no hagamos las cosas así porque se desvirtúa el motivo por el cual se hace la protesta y se pone la atención en otra cosa. A lo mejor los que manifiestan van aprendiendo distintas formas más efectivas.*

Resulta claro en este caso que el noticiero se invisibiliza; vemos que se apunta a la primera pregunta. El desdibujamiento de la demanda se debe al tipo de formato elegido por los manifestantes: quema de gomas frente a la planta de gas. Parecería así producirse un borramiento de la mediación y las lecturas van directamente hacia la forma de la protesta y la actuación de quienes la llevan a cabo; si lo que se pide pasa a un segundo plano es responsabilidad de los demandantes.

*¿Es de loco hacer fuego cerca del gas! ¿Vos haces la protesta y caes preso? Y cayó preso porque es un peligro lo que estaban haciendo. Bueno ellos obedecen de arriba. (César)*

*Prender gomas para mí no es necesario. Esas violencias que rompen vidrios y tiran, para mí no es la forma. (Susana)*

En el Grupo 1, en tanto, los entrevistados parecen responder afirmativamente a la segunda pregunta que nos formuláramos, a saber: que el formato juega en contra de la demanda por la manera en que el despliegue es magnificado por *Telediario*. Pero sin embargo se abren dos caminos en la interpretación. Por un lado, Néstor y Mariano reconocen que el noticiero realiza un recorte adrede pero que el mismo es válido ya que éste, como empresa, busca captar la atención de los consumidores. La dramatización de la protesta (gomas quemadas, posibilidad de explosión, manifestantes detenidos) da cuenta de este objetivo del noticiero, que es aceptado por ellos en la medida en que –como señaláramos previamente– es natural que, en tanto empresa, intente ofrecer un producto que resulte atractivo y por lo tanto se negocia esta primacía del formato sobre el motivo.

*Mariano: Podrían haber entrevistado a los que habían quedado y no habían llevado presos, pero digo, si vos ves ahí a una gente y a gente que se están llevando preso, vos a quien vas a agarrar, **naturalmente vas a ver el conflicto más grande**, a los que se están llevando presos, o a lo que está generando violencia o está generando otro tipo de situación y no...*

*Néstor: priorizan la que comercialmente les conviene y no quizás haber desarrollado el tema de fondo (...) Yo particularmente los justifico porque para mí es un comercio y eso sirvió. Digo, de última yo lo trato de analizar desde un punto de vista económico y vos decís y bueno es lo que les servía a ellos.*

El otro camino es el que recorren Alicia y Silvana, para quienes ese recorte que muestra el charco que quedó luego de que las cubiertas fuesen apagadas, que resalta que algunos gremialistas fueron llevados detenidos, etc., es una clara muestra de la exageración del noticiero que es visto negativamente en tanto borra el motivo de la protesta y perjudica la imagen de los demandantes.

*Alicia: a mí me parece terrorífica. De todas las presentaciones es la más terrorífica. No muestran los actores, [muestran] las gomas quemadas, en la oscuridad, lo nefasto, la planta iluminada que podría haber... como sinónimo de la explosión, ni les interesó un carajo qué eran lo que querían hacer esos pobres 20 tipos que estaban ahí. Lo único que les interesó presentar es que hubo una situación de peligro, Río Cuarto podría haber estallado por esas gomas prendidas... en la posible explosión está la cámara en el charco que ha quedado de las cubiertas que apagaron. Amarillistas 100 %, ¿no?*

*Silvana: amarillistas, es lo que vende, en todas son amarillistas no solamente en las manifestaciones, en las catástrofes ambientales, en las inundaciones, cuando los canales de desvío se hacen todos los días en los campos, no van a ver por qué el vecino está tirando el agua allá que no les corresponde, pero sí cuando se inundó le echan la culpa al gobierno y eso se hace a nivel de productores*

Partiendo, entonces, de un mismo punto, pronto esta línea argumental (el reconocimiento de que es el medio el que selecciona, elige, segmenta y parcializa) se bifurca y aparecen estos dos caminos de los que dimos cuenta; uno recorrido por aquellos que, aunque no totalmente, aceptan el encuadre del medio en la medida en que justifican que es lo esperable desde el punto de vista empresarial, y el otro, el que transitan quienes, asumiendo una perspectiva oposicional, se resisten a aceptar como legítima la lectura que el noticiero les propone.

Demanda/consecuencias: la gran mayoría de las acciones colectivas que se llevan adelante en el espacio público genera inconvenientes, más o menos importantes, buscados o sin intención, que impactan en otros sectores de la sociedad. Se puede sospechar que la efectividad de la protesta se relaciona con la magnitud de las consecuencias que acarrea. Así por ejemplo, una huelga general de transportistas conduce al desabastecimiento que afecta a amplios sectores de la población al dejar supermercados desprovistos de mercadería o estaciones de servicio sin combustible. Pero una pequeña manifestación en la acera frente al Concejo Deliberante produce mínima molestia y tiene menor impacto. Sin embargo, la presencia y construcción de la protesta en y por los medios es un elemento también central en términos de su efectividad y del grado de legitimidad que le puede ser otorgada. La fragmentación, esa minimización de alguno de los elementos o enfatización de otros, produce sentidos que pueden tender a favorecer a quienes protestan, a validar sus motivos o a deslegitimar su acción. El noticiero, por ejemplo, puede obviar los efectos sobre terceros que produce una movilización, puede dar cuenta de ellos como un elemento más dentro de la información o hacer un fuerte hincapié en los inconvenientes que una huelga causa en la ciudadanía; al mismo tiempo, la demanda de cada una de estas acciones puede ser resaltada, aparecer mezclada en el caudal de datos que se vierten o perderse casi por completo. La fragmentación, entonces, puede afectar la claridad del motivo de la protesta al focalizar en las consecuencias que produce a terceros. Resulta por demás interesante detenernos aquí en las lecturas que los grupos realizan frente a los distintos encuadres producidos por *Telediario* en el marco de este par opositivo. Así, vamos a presentar tres casos: tres noticias diferentes, que suponen tres formas diferentes de construir el acontecimiento y la diversidad de lecturas a que dan lugar.

Caso 1. Una voz en off relata el problema que enfrenta la Fundación Desafío: no ha recibido el subsidio gubernamental con el que cuentan y pronto sus integrantes serán desalojados de la casa donde se brinda ayuda a niños discapacitados; las imágenes muestran

a integrantes de la fundación, a padres y a niños en sillas de rueda que se movilizan por las calles de la ciudad. En tan sólo un minuto somos testigos de esta demanda.

La neutralidad es un valor positivo que los entrevistados reclaman y esperan del medio. Sin embargo, se le perdona que no lo sea cuando entra en juego la posición que asume frente a una manifestación quien la ve detrás de la pantalla. Ya sea que la protesta en sí sea considerada como legítima en términos de su causa o porque moviliza sentimientos de empatía por el grupo en cuestión, mostrar las consecuencias que podría causar a terceros no involucrados (por ejemplo, a los transeúntes que no pueden circular por el centro de la ciudad) parece irrelevante para algunos entrevistados.

*Néstor: No se mostró tampoco los inconvenientes que había mostrado la protesta, no se salió a ver al comerciante si lo había molestado cuando la gente pasaba, en los otros casos te están buscando la persona que está varada en la Terminal.*

*Silvana: ¡Sería muy cruel! (...) O quizás porque reflejaba que la sociedad es un desastre, o el individualismo.*

*Mariano: No, no, que yo creo que si alguien se molesta por la protesta, no importa que tipo de protesta sea –no soy un insensible ni nada por el estilo- pero sea la protesta que sea, si alguien está descontento, si a alguien no le gustó o se molestó, si sos neutral también está bueno mostrarlo.*

Como vemos en el diálogo que se suscita entre miembros del G1, tanto Néstor como Mariano señalan la necesidad de que los conflictos se muestren en su totalidad, independientemente de quiénes o por qué lleven adelante una protesta; apelan a la deseada neutralidad a la que hiciéramos mención. Si bien Silvana, a lo largo de la entrevista, resalta de manera reiterada la importancia de la ética periodística, aspecto que se liga con la imparcialidad de la información, aquí une causa con los demandantes y se permite a sí misma relajar tal exigencia. De esta manera, a través de la noción de neutralidad a la que apelan, los entrevistados asumen posiciones distintas y leen la noticia de manera diferente; mientras los hombres no terminan de aceptar completamente el recorte dado por el noticiero, ella toma posición a favor de esta construcción que enfatiza el motivo sin hacer alusión a las consecuencias que la protesta pudo haber causado.

Caso 2. AOITA lleva adelante un paro. El noticiero presenta multiplicidad de voces que dan cuenta de las consecuencias: viajeros varados en la Terminal de ómnibus y taxistas y remiseros explican cómo se ven afectados. Los efectos de la medida se refuerzan a través de imágenes de las paradas de ómnibus locales con grupos de personas esperando el transporte que funciona con horario reducido.

Como se recordará, ésta es la noticia “redondita” para el G2. El grupo 1, mientras tanto, pone en duda nuevamente la redondez; para sus integrantes las voces de los damnificados sobresalen y las consecuencias quedan más claras que los motivos del paro.

*Yo lo que veo es que transmite la molestia que genera en los otros, la parte negativa que el fondo: el motivo de la protesta; o sea, no le da importancia a lo que la gente realmente quiere manifestar cuando se (...) hacen tratamiento de las consecuencias, de las molestias, la gente que no puede viajar, la gente que... y no se vio por qué... no se ve por qué la gente se manifestó, sino que se manifestó y lo que provocó. (Silvana)*

*... digo presentan la noticia, la desarrollan y la cortan hablando solamente del malestar, o sea, creo que también se le está dando de última bastante importancia y mostrando. Que no digo que esté mal, de última es un informativo y de última hasta a mucha gente le sirvió para informarse de que no, no voy a ir a comprar pasaje porque no. (...), simplemente se mostró todo eso, el tema de los demás que estaban implicados de una forma tercera como los taxistas y demás que también son cosas que por ahí vos decís: “mirá vos, no se me hubiese ocurrido pensar en el taxista que estaba afuera, y por ahí de última el informativo me los mostró”. (Néstor)*



Podemos apreciar que existe una coincidencia en la medida en que ambos reconocen el hecho de que el noticiero amplifica las consecuencias de la medida de fuerza en detrimento del motivo de la misma; sin embargo, una vez más, discrepan en torno a las lecturas que hacen de este aspecto. Silvana ve que el noticiero pondera de manera desproporcionada los efectos negativos de la medida de fuerza produciendo como resultado la deslegitimación de la razón que la motiva. De esta manera, asume una posición crítica respecto de la forma en que *Telediario* enmarca el conflicto. Néstor, por su parte, si bien reconoce que le brinda mayor espacio y tiempo a las consecuencias, simultáneamente le asigna a esto un valor informativo. Este valor puede ser visto a través de dos hilos: en términos de la vigilancia del entorno, el noticiero permite reprogramar nuestra actividad cotidiana (no habiendo ómnibus hay que buscar otra manera de desplazarse); y, además, permite conocer algo nuevo: efectos impensados que la medida trae consigo (aquí lo que termina descubriendo es que hay más sectores afectados que los que podía imaginar). A partir de estos argumentos nuestro entrevistado termina por aceptar el encuadre dado por el noticiero.

Caso 3. El reportero dice: “¿Uds son conscientes que puede causar desabastecimiento? (...) Digo, ¿no les preocupa la situación social? Porque se sabe que el gas en garrafa es el elemento combustible que utilizan las personas más necesitadas...”. El destinatario de esta pregunta es el representante gremial de los distribuidores de gas. Esta escena se produce en el marco de la nota que presentó las gomas incendiadas frente a la planta de gas envasado que impedían la comercialización del mismo.

Como mencionamos en el primer apartado (Sobre el trabajo de campo), la selección de las noticias a las que serían expuestos nuestros grupos de discusión seguía una serie de criterios acorde con la diversidad de formatos con que las presenta *Telediario*; la del conflicto del gas fue seleccionada porque en ella se exhiben disturbios y vestigios de violencia. Una simple pregunta hecha al paso esboza el problema de las consecuencias de la medida. Lo que resulta llamativo es que, en el marco de una nota de cinco minutos, ambos grupos reparen en esa pregunta de tan sólo unos segundos.

En el Grupo 2, siempre más predispuesto a aceptar los marcos del propio noticiero, la pregunta del periodista está lejos de ser leída como capciosa. Si bien Susana es quien va directo a este punto, guía su lectura hacia los manifestantes, a quienes caracteriza de individualistas. Así, si la demanda pierde legitimidad frente a los derechos de los afectados es responsabilidad de quienes llevan adelante la protesta.

*La pregunta que le hicieron: “usan las garrafas la gente más necesitada”. Y dijo: “Si me preocupa” pero como que yo peleo por lo mío. (Susana)*

Podríamos pensar que aquí se produce una identificación entre la voz del periodista y la voz –silenciosa- de la gente que él parece encarnar; una suerte de simbiosis entre aquello que todos querríamos preguntar y su materialización a través del noticiero. Se profundiza el rol del intermediario con que este grupo concibe al informativo y se aprecia una vez más la invisibilidad de quien visibiliza. Es tan aceptado esto entre los miembros del grupo que si bien se repara en la pregunta, no provoca discusión y pasan sin intermediación hacia el formato de la protesta.

Por el contrario, en el grupo 1 es justamente la pregunta del periodista la que actúa como disparador de las lecturas más críticas.

*Yo te puedo justificar la primer nota era la noticia... era lo que estaba pasando, se enteraron de que había kilombo en un lugar y allá fueron y mostraron el kilombo del momento. Después está bien, fueron a la fuente a preguntar. Podemos verlo desde el lado bueno y decir... pero cuando le hace la pregunta: ‘a uds. no les interesa la...’ ahí ya!... (Silvana)*

*Entonces de última terminás pensando, presentaron una nota a propósito y de última tampoco les importó en el momento de hacerles la nota si era justo o no, si no de última hasta le hizo una pregunta capciosa sobre la gente más necesitada,*

*por ahí te quedás pensando que lo hicieron adrede, que lo hicieron a propósito.  
(Néstor)*

*El manejo que hizo el noticiero es terrorífico. Pero lo peor es que cuando te tratan de sensibilizar... porque pobrecito, cómo lo podés presentar como un malévolo a ese pobre vago con un jogging todo torcido, un trabajador, un laburante cualquiera y éste [el periodista] lo tiene que apelar con la pobreza, le discute pobreza con pobreza, cómo vos le vas a negar el gas a otro que se está muriendo de frío, vos te estás muriendo de hambre pero el otro se muere de frío. El típico enfrentamiento del pobre contra el pobre. Pero de una manera cruel, cruel. Para mí es nefasta. (Alicia)*

Resulta llamativo que sea justamente en esta nota donde no se muestran los efectos que produce la falta de distribución de gas, donde los miembros de este grupo pongan como centro lo que podríamos denominar el choque de derechos entre manifestantes y otros sectores de la población. A diferencia de lo que sucede en el grupo 2 donde la pregunta del periodista encarna las voces de 'la gente', en este caso esa misma pregunta tiene un efecto boomerang que se vuelve en contra del periodista que la formula y lleva al rechazo unánime de la manera en que el noticiero construye la noticia.

## 10. Algunas consideraciones finales

Es posible imaginar la ingenuidad de los públicos ante la emergencia de los grandes medios de comunicación a principios del siglo pasado; pero el tiempo transcurrido y la expansión y el desarrollo de los medios ha tocado hasta lo más profundo de nuestras sociedades, al punto de que lo que se vuelve difícil es imaginar un mundo sin ellos. En esta sociedad contemporánea pareciera ser que se está obligado a tener en claro que no se puede asumir otra posición que la de *críticos de los medios*. Se sabe cuál es el discurso "apropiado" para referirse a ellos: los medios manipulan (a otros), los medios tienen intereses, los medios son empresas; debieran ser neutrales y por lo tanto se implica que no lo son. Hace ya mucho tiempo que las audiencias han dejado de lado la ingenuidad inicial (¿o no?). La experiencia acumulada en el consumo de medios, a lo que se suma la discusión que en torno a ellos se desata desde una mesa de café o incluso desde los mismos estudios de televisión han modificado la percepción que se tiene de este nuevo ambiente en el que los medios forman parte de la vida cotidiana. Sin embargo, entre el plano discursivo y el momento del consumo hay una brecha, que en algunos es profunda y en otros es apenas perceptible.

El estudio acerca de la recepción de la protesta nos permite observar que, a pesar de esa aparente lucidez y perspicacia acerca de los medios, muchas veces el telón de la observación atenta se cierra y da lugar a espectadores menos reflexivos de lo que ellos mismos creen ser. En tanto el discurso acerca de la televisión (o del noticiero televisivo) se mantenga en el plano de la abstracción, las audiencias dan una imagen de expertos, pero puestas en situación de televidentes esa imagen se modifica. Detengámonos por un momento en el caso del grupo 2: a pesar de que inicialmente manifiestan que los medios son empresas que tienen intereses tanto económicos como ideológicos y que cuando producen noticias apelan a diversidad de estrategias, al momento de discutir específicamente acerca de las protestas a las que son expuestos todo eso parece desvanecerse. En el complicado juego entre visibilidad/invisibilidad el que desaparece es el noticiero; el mediador de los conflictos, aquel al que se recurre en búsqueda de soluciones que las instituciones no resuelven, es capaz de exponer y borrar(se) en un mismo acto. Parece actuar tan sólo acercando lo que de otra manera no podrían presenciar (el acontecer en el espacio público que se desarrolla lejos de sus ojos); ventana a un mundo que desde su habitación no logran asir. El noticiero efectivamente es mediador, pero entre partes en conflicto que aparecen eventualmente en la pantalla; se desdibuja esa otra mediación, la que se produce entre ellos (televidentes) y los otros, la que da cuenta de las cosas desde una óptica particular. La protesta es la que ven en televisión y las lecturas consecuentemente se aproximan más al sentido que el texto televisivo les propone.

Cuando la brecha entre el discurso acerca de la televisión y el consumo que de ella se hace se acorta, el panorama se modifica. En el grupo 1 el noticiero tiene una densidad, un espesor que no pasa desapercibido. Pero de esto no se puede deducir que consecuentemente las lecturas irán a contrapelo del texto. En esta instancia, las estrategias que utiliza el noticiero no pasan desapercibidas y en ese punto se inicia un juego, a veces más tenso y otras más distendido, entre esas estrategias y las concepciones preexistentes del televidente. Cuando las personas se instauran como audiencias desde este lugar tienen un mayor grado de libertad: pueden aceptar, negociar u oponer significados con mayor ductilidad. Pero se está lejos de afirmar que la posición que se asume sea monolítica o inmodificable; por el contrario, se observa que las lecturas son, si se acepta el término, flotantes. ¿Qué se entiende por flotantes en este contexto?, que la aceptación, negociación u oposición de sentidos varía dependiendo de distintos aspectos que entran en consideración; por ejemplo, el contrato de lectura del género informativo, la relación entre valor mercancía-valor noticia, entre entretenimiento e información, así como también la ubicación que tienen en la estructura del campo social. Así, por ejemplo, un mismo entrevistado puede aceptar el marco dado por el noticiero a la protesta al considerar 'natural' el valor mercancía que ésta tiene (resignando la neutralidad que le exige al medio), en tanto en otros momentos recurre al argumento opuesto (reclama que den cuenta de todo el conflicto independientemente del valor mercancía) alejándose de la construcción que *Telediario* hace de la noticia. O cuando se reclama de manera consistente el cumplimiento del pacto de lectura del noticiero pero se lo sacrifica como consecuencia de la identificación con los motivos que llevan a una protesta particular.

Hacia 1980, al proponer el modelo Encoding/Decoding, Hall afirmaba que las lecturas negociadas son las que la mayoría de las personas hacen la mayor parte del tiempo, pero quedarse con esa afirmación no parece suficiente. Si pensamos en un espectro cuyos polos son el blanco y el negro, entremedio no está simplemente el gris, más bien debemos pensar en los distintos matices que existen entre ambas puntas. La posición intermedia (negociada) puede aproximarse más o menos a los extremos, pero sólo a partir de estudios de recepción podremos ir dando cuenta de los factores que inciden para que esto sea así. Este trabajo sobre la protesta social es un intento por ir acercándonos a entender este fenómeno particular y al mismo tiempo nos permite seguir reflexionando acerca de los modos en que las audiencias se sitúan en el momento de la recepción.

## 11. Referencias Bibliográficas

- Angenot, M. (1989). *1889. Un état du discours social*. Québec: Le Préambule.
- Baudrillard, J. (1998). *El paroxista indiferente*. Barcelona: Anagrama.
- Berti, S. (2010). Protestas sociales, audiencias locales. Trabajo presentado en el 8 ENACOM Encuentro Nacional de Carreras de Comunicación, Agosto. Jujuy, Argentina.
- Caletti, S. (1999). Repensar el espacio de lo público. Trabajo presentado en el Seminario Internacional *Tendencias y retos de la investigación en Comunicación en América Latina*, Julio. Perú.
- Cantú, A. (2006). Las paradojas de la visibilidad: lo efímero de ser. En Grillo, M., A. Rizzo y S. Berti (comp) *Con los medios de por medio*. (pp. 245-259). Río Cuarto: UNRC.
- Casetti, F. (1988). El pacto comunicativo en la neotelevisión. *Documentos de trabajo del Centro de Semiótica y teoría del espectáculo*, 5
- Débord, G. (1993). *Comentarios sobre la sociedad del espectáculo*. Barcelona: Anagrama.
- Estrada, S. (2003, Diciembre 6). Ciudadanos: de la 'plaza' a los 'medios'. *Revista Ñ-Clarín*, Buenos Aires, 10-11.
- Farré, M. (2004). *El noticiero como mundo posible. Estrategias ficcionales en la información audiovisual*. Buenos Aires: La Crujía.

- Ferry, J.-M. (1992). Las transformaciones de la publicidad política. En Ferry, J.-M., y D. Wolton *El nuevo espacio público*. (pp. 13-27). Barcelona: Gedisa.
- Gargarella, R. (2006). *Carta abierta a la intolerancia. Apuntes sobre derecho y protesta*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- González Requena, J. (1992). *El discurso televisivo, espectáculo de la posmodernidad*. Madrid: Cátedra.
- Gringas, A. (1998). El impacto de las comunicaciones en las prácticas políticas. En G. Gauthier, A. Gossein y J. Mouchon (comps.), *Comunicación y política* (pp. 31-43). Barcelona: Gedisa.
- Lozano Rendón, J. C. (2004). Espectacularización de la información en noticieros televisivos de Canadá, Estados Unidos y México. *Diálogo político*, Año XXI, 1, 100-116. Extraído el 15 de Julio de 2010 desde [http://www.kas.de/wf/doc/kas\\_5227-544-4-30.pdf](http://www.kas.de/wf/doc/kas_5227-544-4-30.pdf)
- Luzón, V. e I. Ferrer (2008). Espectáculo informativo en noticias de sociedad: el caso de Madelaine McCann. *Trípodos*, 22, 137-148. Extraído el 15 de Julio de 2010 desde <http://www.raco.cat/index.php/tripodos/article/view/76531/97284>
- Mata, M.C. (2002). Comunicación, ciudadanía y poder: pistas para pensar su articulación. *DIA-logos de la Comunicación*, 64, 65-76.
- Mayer, M. (2007, Marzo 24). No hay protestas si no hay cámaras. *Revista Ñ-Clarín*, Buenos Aires, 6-8.
- Morley, D. (1996). *Televisión, audiencias y estudios culturales*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Pérez, G. (2001, Agosto). Estrategias de lo visible. *Revista de Ciencias Sociales*, 47, 15-17.
- Rusconi, C. (2006). Espacio público mediático, comunidad y ciudadanía. En Grillo, M., A. Rizzo y S. Berti (comp) *Con los medios de por medio*. (pp. 205-224). Río Cuarto: UNRC.
- Sartori, G. (1998). *Homo videns. La sociedad teledirigida*. Madrid: Taurus.
- Schuster, F. (2005). Las protestas sociales y el estudio de la acción colectiva. En Schuster, F. F. Naishtat, G. Nardacchione y S. Pereyra (comp) *Tomar la palabra. Estudios sobre protesta social y acción colectiva en la Argentina contemporánea*. (pp. 43-82). Buenos Aires: Prometeo
- Tarrow, S. (1998). *El poder en movimiento. Los movimientos sociales, la acción colectiva y la política*. Madrid: Alianza editorial
- Virilio, P. (1998). *Cibermundo, la política de lo peor*. Madrid: Cátedra.
- Wolton, D. (1991). Les contradictions de l'espace public médiatisé. *Hermès*, 10, 95-114.