

XII

JORNADAS DE INVESTIGACIÓN

16, 17 y 18 de SETIEMBRE 2013

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
UNIVERSIDAD DE LA REPÚBLICA

DERECHOS HUMANOS EN EL URUGUAY DEL SIGLO XXI

LIBERTADES

DIVERSIDAD

JUSTICIA

**El sensacionalismo como modo de
ocultar mostrando en los noticieros
uruguayos**

Gastón Amen Rodríguez

El sensacionalismo como modo de *ocultar mostrando* en los noticieros uruguayos¹

Gastón Amen Rodríguez

Licenciatura en Ciencias de la Comunicación – Universidad de la República

gaston.amen@comunicacion.edu.uy

Resumen:

Dentro de los programas más vistos actualmente de la televisión abierta uruguaya se encuentran los noticieros centrales. Programas que pretenden dar cuenta de los sucesos novedosos más relevantes de la actualidad, siendo además protagonistas de primera plana en los procesos de producción de sentido de nuestra sociedad.

Recientemente diversos estudios han evidenciado el aumento experimentado en los últimos años en el tiempo otorgado a la crónica policial en los noticieros televisivos uruguayos, así como en la relevancia que en estos se le confiere.

Aquí pretendemos presentar una lectura de algunas estrategias sensacionalistas llevadas adelante por los noticieros de la televisión abierta uruguaya en su crónica policial a partir de la investigación en torno a la cobertura del caso del tiroteo del 20 de abril del 2012 en el Penal de Libertad en el que falleciera un recluso y quedara gravemente herido un guardia-cárcel (que falleciera días después), así como de los motines carcelarios acontecidos posteriormente en protesta por el corte de visitas de familiares decretado por las autoridades. Aproximación realizada a partir del análisis de dos semanas seguidas de noticieros en los cuatro canales de la televisión abierta (del 20 de abril al 3 de mayo del 2012).

Dentro de las categorías conceptuales desde las que hemos analizado nuestro corpus de análisis se destacan algunos aportes tomados de la obra de Pierre Bourdieu, como ser la idea de un “ocultar mostrando” o también la teorización en torno a otros “mecanismos invisibles de censura”.

Palabras clave: *noticieros televisivos, crónica policial, sensacionalismo*

¹ Trabajo presentado en las XII Jornadas de Investigación de la Facultad de Ciencias Sociales, UdelaR, Montevideo, 16-18 de setiembre de 2013

1- Sobre la televisión

Comenzaremos por referiremos a ciertos conceptos planteados por Pierre Bourdieu con respecto a la televisión que consideramos pueden ser muy fértiles para pensar la temática que nos hemos propuesto abordar.

Primeramente nos referiremos a la idea de que existe una “censura invisible” que opera en la televisión. Así, Bourdieu señala que existen ciertos mecanismos que tienen por resultado la generación de una censura, que aunque pueda ser invisible no por ello es menos efectiva. Como ejemplos de estos mecanismos invisibles de censura podemos mencionar la imposición de temas y condiciones de comunicación, así como la limitación temporal que impide o al menos dificulta el desarrollo de una idea distinta a las establecidas. Bourdieu, por otra parte, también resalta que más allá de los controles políticos que existen (que se traducen por ejemplo en la designación de los cargos dirigentes de los medios), también “*en una época como la actual, de gran precariedad en el empleo y con un ejército de reserva de aspirantes a ingresar en las profesiones relacionadas con la radio y la televisión, la propensión al conformismo político es mayor. La gente se deja llevar por una forma consciente o inconsciente de autocensura, sin que haga falta efectuar llamadas al orden*” (Bourdieu, 2012: 19).

Así Bourdieu, sin soslayar la coerción económica que pesa sobre la televisión manifestada por ejemplo a través de los dueños de los medios, por los anunciantes que pagan la publicidad o por el Estado que brinda subvenciones, resalta que estos mecanismos son notorios, pero que no hay que encandilarse por esto y dejar de ver los mecanismos anónimos, invisibles “*a través de los cuales se ejercen las censuras de todo orden que hacen que la televisión sea un colosal instrumento de mantenimiento del orden simbólico*” (Bourdieu, 2012: 20).

Bourdieu se refiere a una “corrupción estructural” que se daría sobre el conjunto del medio periodístico a través de mecanismos tales como la competencia por las cuotas del mercado. Competencia que habría llevado al *reinado de los índices de audiencia*, el cual, por su parte, ha tenido mucho que ver en el desarrollo del sensacionalismo. Sensacionalismo al cual Bourdieu compara con lo realizado por los prestidigitadores, quienes tienen como uno de sus principios elementales llamar la atención sobre una cosa distinta a la que están haciendo para que esta pase desapercibida. Así, dirá Bourdieu, la televisión al adoptar un enfoque sensacionalista lo que está haciendo es ocupar el poco tiempo disponible con que cuenta en cosas fútiles pero que se venden bien, dejando de lado las noticias importantes que debería conocer el ciudadano para poder ejercer sus derechos democráticos. A esto Bourdieu lo llama “ocultar mostrando”. Así, la televisión oculta

mostrando “cuando muestra algo distinto de lo que tendría que mostrar si hiciera lo que se supone que se ha de hacer, es decir, informar, y también cuando muestra lo que debe, pero de tal forma que hace que pase inadvertido o que parezca insignificante, o lo elabora de tal modo que toma un sentido que no corresponde en absoluto a la realidad” (Bourdieu, 2012: 24). De esta forma, Bourdieu resalta que el principio de selección que guía a los periodistas es la búsqueda de lo sensacional, lo espectacular, lo extraordinario, lo dramático, lo trágico. De ahí el atractivo que encuentran en la crónica policial en cubrir los tumultos y disturbios así como otros sucesos por el estilo. Lo cual, dirá Bourdieu, tiene efectos políticos tan importantes como las consignas directamente políticas o las autocensuras basadas en el miedo a perder el empleo.

Esta búsqueda desesperada por lo comercialmente provechoso, por otra parte, tiene como consecuencia una simplificación demagógica de todos los temas tratados así como una reducción a un enfoque centrado en la búsqueda de lo divertido o lo que llama la atención, soslayando los abordajes que podrían implicar una profundización conceptual de los temas tratados. Todo lo cual se traduce en una espectacularización de los temas abordados, ofreciendo por tanto “una representación del mundo en la que predominan absolutamente la instantaneidad y la discontinuidad. Por falta de tiempo y, sobre todo, de interés e información (...), no pueden esforzarse para procurar que los acontecimientos (...) se vuelvan realmente inteligibles resituándolos en el sistema de relaciones en el que se insertan” (Bourdieu, 2012: 133).

Lo que genera, por tanto, la lógica comercial que predomina en los medios es un tratamiento de los temas como sucesos aislados, sin historia ni contextualización, que fomentan la concepción de un mundo incomprensible y preocupante, lleno de sucesos amenazantes e inexplicables, del cual hay que defenderse encomendándose al cuidado de los expertos. Evidentemente factores que contribuyen al mantenimiento del orden establecido. (Bourdieu, 2012: 134-135).

Otro concepto planteado por Bourdieu es el de la “circulación circular de la información”, a través del cual quiere poner de manifiesto la gran homogeneidad existente en los productos periodísticos de los medios masivos. Homogeneidad resultante de los efectos de la lógica de la competencia y también de que se recurra a las mismas fuentes.

En este sentido, Bourdieu dirá que por la lógica de la competencia se torna ineludible para los periodistas y los directivos de los medios el saber de qué han hablado los demás medios, generando un fenómeno de inter-lectura muy fuerte que lleva a que todos hablen de lo mismo, más allá de los matices que se puedan imprimir a los temas. Y en cuanto a los efectos de esto, dirá Bourdieu:

“esta especie de juego de espejos que se reflejan mutuamente produce un colosal efecto de enclaustramiento, de aislamiento mental (...) el que los periodistas que, por lo demás, comparten muchas características comunes por su condición, así como por su procedencia y su formación, se lean mutuamente, se vean mutuamente, se encuentren constantemente en unos debates en los que siempre aparecen las mismas caras, tiene unos efectos de enclaustramiento y (...) de censura tan eficaces –más eficaces, incluso, porque el principio no es tan aparente- como los de una burocracia central, de una intervención política deliberada” (Bourdieu, 2012: 32-34).

Por otra parte, la dependencia de las mismas fuentes para la elaboración de las noticias refuerza aún más este fenómeno. Son las mismas agencias internacionales y las mismas fuentes oficiales las que informan a nuestros informadores, lo cual se traduce en productos noticiosos sumamente homogéneos.

Asimismo Bourdieu pondrá en el tapete otros efectos que produce el reinado de los índices de audiencia, como ser la presión por la urgencia, por tener la primicia a toda costa, lo que lleva a lo que él denomina el “fast thinking”; el cual produce, por otra parte, alimento cultural predigerido, impidiendo el pensamiento auténtico. Así, Bourdieu resalta que se da un vínculo negativo entre la urgencia y el pensamiento: *“cuando se está atenazado por la urgencia no se puede pensar (...) Hay que preguntarse, en efecto (...) cómo consiguen pensar en unas condiciones en las que nadie es capaz de hacerlo. La respuesta, me parece, es que piensan mediante ‘ideas preconcebidas’ (...) son ideas que todo el mundo ha recibido, porque flotan en el ambiente, banales, convencionales, corrientes”* (Bourdieu, 2012: 38-39). Es el reinado de los clichés.

Bourdieu utiliza un concepto muy importante de su teoría general para abordar el mundo del periodismo, nos referimos al concepto de “campo”. A través del mismo se refiere a *“un espacio social estructurado, un campo de fuerzas -hay dominantes y dominados, hay relaciones constantes, permanentes, de desigualdad que se desarrollan dentro de este espacio- que es también un campo de luchas para transformar o conservar ese campo de fuerzas”* (Bourdieu, 2012: 59). Concretamente en lo que refiere al campo periodístico, dirá Bourdieu que es necesario tenerlo en cuenta para poder comprender las prácticas de los periodistas, puesto que *“para tratar de comprender lo que puede hacer un periodista, hay que tener presente una serie de parámetros: en primer lugar, la posición del medio de comunicación en el que trabaja (...) en el campo periodístico, y luego su propia posición en el espacio de su periódico o de su cadena”* (Bourdieu, 2012: 59).

El campo periodístico se constituyó como tal, según Bourdieu, en el siglo XIX a partir de la oposición entre dos tipos de periódicos: los que ofrecían noticias de tipo sensacionalistas y los que proponían análisis y comentarios buscando distinguirse claramente de aquellos. Dicha oposición ha implicado, además, dos lógicas y principios de legitimación alternos: por un lado, los que se han basado en la búsqueda del reconocimiento por el mercado (los periódicos sensacionalistas) y, por otro, los que lo han hecho en criterios internos del campo periodístico, designados a veces como deontología profesional periodística, y que sustentan las reputaciones de honorabilidad profesional (los de análisis y comentarios). (Bourdieu, 2012: 105-106).

Con el paso del tiempo y el avance de la mercantilización de las relaciones sociales el campo periodístico fue cada vez más invadido por las coerciones comerciales, lo cual se acentúa mucho más a partir del surgimiento y masificación de la televisión. Así, en la actualidad el campo periodístico, dirá Bourdieu, se encuentra incuestionablemente sometido a los constreñimientos del campo económico a través de los índices de audiencia. Pero a la vez, este campo periodístico sometido a las coerciones comerciales, se impone sobre todos los demás campos de la producción cultural; incluyendo entre los campos sobre los que ejerce su coacción al político y al de la justicia. (Bourdieu, 2012: 78-85).

En palabras del propio Bourdieu: *“observamos en la actualidad (...) que las sanciones internas tienden a perder parte de su fuerza simbólica y que los periodistas y los periódicos ‘serios’ pierden parte de su prestigio y se encuentran a su vez obligados a hacer concesiones a la lógica del mercado y del marketing, introducida por la televisión comercial”* (Bourdieu, 2012: 111).

Lo que implica la conformación de un campo periodístico cada vez más sometido a la economía y los imperativos comerciales, pero que a su vez tiene cada vez más poder para imponerse sobre otros campos.

Este gran poder con que cuenta el campo periodístico también se deriva, según Bourdieu, del monopolio que detenta de los medios de producción y difusión a gran escala de la información. Poder que en los hechos se traduce en la imposición de determinados esquemas de percepción y valoración que reproducen los valores establecidos, del conformismo y del mercado. (Bourdieu, 2012: 67).

2- El noticiero televisivo

Se podría caracterizar al noticiero televisivo como *“un programa periodístico que relata, día a día, los acontecimientos sucedidos desde su última edición (...) constituye un género amplísimamente*

extendido en el mundo y (...) su modelo rector y más importante lo constituye su edición de la tarde” (Álvarez, 1988: 20).

A lo que habría que añadir que para efectuar ese relato de los acontecimientos, el noticiero debe desarrollar un complejo proceso de selección y elaboración, mediante el cual establece cierto tipo de ordenamiento en el infinito y caótico devenir, construyendo su relato por medio de diversos tipos de recursos sonoros y visuales, como ser: *“la imagen móvil y fija, la palabra oral y escrita, la música incidental y los ruidos, y aún el silencio (...) El noticiero recurre, además, a un conjunto de personajes estandarizados y estables (los periodistas) y a otro casi igualmente estandarizado de personajes no estables (decisores, testigos, vedettes deportivas y artísticas, etc.)”* (Álvarez, 1988: 21).

En la retórica propia del mismo, como ha puesto de manifiesto Van Dijk, es sumamente importante la dimensión persuasiva o perlocutiva, la cual contribuye a hacer más plausible la asunción por parte de los espectadores de que los significados propuestos son *la verdad*, o al menos una *posible verdad* (Van Dijk, 1990: 124).

Por otra parte, las afirmaciones hechas en el noticiero tienen que serlo dentro de modelos del mundo conocidos y estructuralmente fáciles de comprender y retener: *“los modelos repetidos generan confiabilidad en el espectador; pero, además, le permiten asignarle la función institucional socialmente reconocida de manera casi inmediata. La superestructura del noticiero anticipa que el contenido debe decodificarse como real”* (Farré, 2004: 42).

En cuanto a las estrategias que utiliza el noticiero televisivo para construir verosimilitud, se podría señalar que son, básicamente, las mismas que Van Dijk describe para la información gráfica: 1) subrayar la naturaleza factual de los acontecimientos (de allí la importancia de los testimonios por ejemplo); 2) construir una estructura relacional de los hechos (en la que los modelos explicativos fuertemente institucionalizados y fragmentados temáticamente imperan); y 3) añadir a la información dimensiones actitudinales y emocionales (en este aspecto resalta la importancia de las experiencias personales como movilizadoras emotivas). (Van Dijk, 1990: 126-127).

Aparte de estas características mencionadas se podría agregar que, como ha señalado Farré, *“el programa informativo ha representado siempre un lugar privilegiado en la programación de un canal y suele llevarse la mayor parte del esfuerzo de producción, pues en él se cifra de alguna manera la imagen de la cadena emisora y su posición frente a la realidad social”* (Farré, 2004: 35).

Relevancia otorgada a los noticieros que claramente se constata en el caso uruguayo, siendo todos los noticieros, en su edición central, programas insignias de los canales abiertos uruguayos; en lo que también tiene mucho que ver, conjuntamente con los elementos señalados por Farré, la relevancia financiera central que los mismos tienen para estos canales, dado que se transmiten en un

horario central, el denominado “prime time”, a la vez que son de los programas que mayor audiencia convocan, y que, por ende, mejor pueden vender sus espacios publicitarios.

3- Los noticieros de la televisión abierta uruguaya

Dentro de los programas más vistos actualmente de la televisión abierta en el Uruguay se encuentran los noticieros centrales, tal cual se desprende de los datos presentados en el Segundo Informe Nacional sobre Consumo y Comportamiento Cultural, donde se señala que “*los informativos mantienen la centralidad de las preferencias televisivas a nivel nacional durante la primera década de los años 2000*” (Radakovich, 2009: 108).

Aludiendo también a esta gran audiencia que concitan los noticieros podemos destacar los resultados de una encuesta realizada por la consultora Data Media en el 2010, en la que se pudo concluir que “*las ediciones centrales de Subrayado, Telemundo y Telenoche abarcan un promedio de 250 mil personas frente al monitor en el horario en que se transmite el noticiero*” (Varela, 2010: 12).

Por otra parte, sería interesante también presentar un cuadro elaborado de acuerdo a datos del Latinobarómetro 2010², en el que se hace referencia a la cantidad de días que los encuestados miraron las noticias en la TV.

Lo presentamos.

CUADRO 1

BASE=1200 Ponderación	Cantidad de días que miró las noticias en la TV (2010. Uruguay)				
	Nº casos	%/Total	%Acum/Total	%/(Total-NS/NC)	%Acum / (Total-NS/NC)
No responde	59	4,9 %	4,9 %		
1 día	45	3,8 %	8,7 %	4,1 %	4,1 %
2 días	62	5,2 %	13,8 %	5,6 %	9,7 %
3 días	65	5,4 %	19,2 %	5,9 %	15,6 %
4 días	49	4,1 %	23,3 %	4,4 %	20,0 %
5 días	110	9,2 %	32,5 %	10,0 %	30,0 %
6 días	94	7,8 %	40,3 %	8,5 %	38,5 %
7 días	588	49,0 %	89,3 %	53,2 %	91,7 %
Ninguno	92	7,7 %	97,0 %	8,3 %	100,0 %
No sabe	36	3,0 %	100,0 %		
Suma	1200	100%		1200	100%
Base media	1105				
Media	13,2				

² El Latinobarómetro es un estudio de opinión pública que aplica anualmente alrededor de 19.000 encuestas en 18 países de América Latina representando a más de 400 millones de habitantes. El mismo es realizado por Corporación Latinobarómetro, cuya sede se encuentra en Santiago de Chile.

Desv.Típica	25,02				
--------------------	-------	--	--	--	--

Cuadro elaborado según datos del Latinobarómetro 2010.

Este es un cuadro muy ilustrativo de la destacada magnitud de llegada de las noticias televisivas a la población uruguaya. Así, solamente un 7,7 % de los encuestados respondió que no miró las noticias en la TV ningún día de la semana; mientras que, por otra parte, el 66 % respondió que al menos lo había hecho cinco días a la semana. Además este no es un fenómeno que se diera en forma exclusiva en el 2010, ya que los datos de anteriores ediciones del Latinobarómetro también evidencian la relevancia de esta forma de acceder a las noticias. Así, según la edición 2009 del Latinobarómetro, eran un 4,2 % los encuestados que respondieron que no miraron las noticias en la TV ningún día de la semana, a la vez que constituían el 77,6 % los que respondieron que lo habían hecho al menos cinco días a la semana. A la vez que en la edición 2007, eran un 8,7 % los que respondieron que no miraron las noticias en la TV ningún día de la semana, mientras que eran un 70,2 % los que respondieron que al menos lo habían hecho cinco días a la semana.

Los noticieros televisivos en el Uruguay, entonces, sin caer en la exageración de las teorías que ven a los espectadores como meros receptores pasivos, deben ser abordados como relevantes actores en los complejos y conflictivos procesos de construcción de sentido experimentados en nuestra sociedad.

4- Temáticas presentes en los noticieros de la televisión abierta uruguaya

Los noticieros son programas televisivos que pretenden dar cuenta de los sucesos novedosos más relevantes de la actualidad, lo que tiene como asunción implícita que todo lo que allí sea tematizado se pretende sea considerado también por parte del público como lo más relevante, a la vez que todo aquello que no sea parte del mismo sea considerado sin importancia o, aún más, en el extremo, como *irreal*.

Esta capacidad de construcción de un terreno simbólico compartido, institucionalizado y en el que se pone el *acento de realidad* por parte de los noticieros, ha llevado a diversos investigadores a verse motivados a efectuar una cuantificación del tiempo dedicado a los distintos tipos de noticias y temáticas en los noticieros televisivos. En este sentido, aquí mencionaremos algunos datos de nuestro medio extraídos de dos investigaciones que dan cuenta de dos momentos cronológicos distintos: primero, del libro *“Los héroes de las siete y media. Los noticieros en la televisión uruguaya”* (1988) de Luciano Álvarez; y segundo, del trabajo *“Disparando noticias. Estudio sobre*

el tratamiento informativo de la crónica policial televisiva en Uruguay” (2011) de Martín Natalevich y Leonardo Silvera.

En el libro de Álvarez, que se basa en una muestra de los noticieros uruguayos del año 1987³, se remarca que la política era la temática con mayor presencia en los mismos. Lo cual es completamente comprensible si tenemos en cuenta que se estaba a sólo dos años de terminada la dictadura.

Los datos del tiempo dedicado a cada asunto temático eran los siguientes:

CUADRO 2

Tiempo dedicado a los distintos tipos de asunto en los noticieros de la televisión abierta de Montevideo de 1987

TIPO DE ASUNTO	TIEMPO	%
Esfera de lo político	354'31''	55,2
Deportes, tiempo libre	123'04''	18,9
Sociedad	75'53''	11,0
Mundo económico y empresas	24'20''	3,7
Policiales, accidentes, disturbios	21'14''	3,2
Artes y espectáculos	20'12''	3,2
Medio Ambiente	12'54''	2,0
Informaciones prácticas	4'48''	0,6
Pensamiento	3'51''	0,6
Conocimiento y educación	3'07''	0,4

Fuente: Álvarez, 1988.

Para efectuar esta clasificación de asuntos temáticos, Álvarez se basó en el método seguido por el grupo de investigadores dirigido por Franco Rositi que analizara los contenidos temáticos de los noticieros de cuatro cadenas europeas en 1977⁴. A partir de estos datos planteados por Álvarez podemos apreciar, además de la primacía indiscutida de la “esfera de lo político”, el hecho de que la

³ Esta muestra estaba compuesta por 18 noticieros de los canales montevideanos, con un total de 645 minutos estudiados.

⁴ Franco Rositi, “L’information télévisée: découpage et recomposition de l’image de la société – une recherche sur les journaux télévisés de quatre chaînes européennes”. *Cahiers de la RTBF* N° 24. Bruselas, 1977.

categoría “deportes, tiempo libre”⁵ también tuvo bastante tiempo de cobertura, quedando en segundo lugar.

En lo que respecta, por su parte, a la investigación de Natalevich y Silvera, en la misma se presentan datos elaborados por Foco Auditoría Multimedia en torno al tiempo, medido en segundos, dedicado por cada noticiero de la televisión abierta uruguaya a los distintos tipos de noticias según temas informativos para agosto del 2010. Estos temas han sido clasificados, por tanto, de acuerdo al criterio de Foco Auditoría Multimedia. Presentamos los datos a continuación:

CUADRO 3
Segundos dedicados a los distintos tipos de noticias según temas informativos y medios para agosto del 2010

	Telenoche	TNU	Subrayado	Telemundo	Subtotal (%)
Seguridad	42672 (29,64 %)	6485 (10,97 %)	22920 (20,53 %)	19066 (18,82 %)	91143 (21,90 %)
Deportes	18963 (13,17 %)	9673 (16,36 %)	26874 (24,08 %)	27083 (26,73 %)	82593 (19,85 %)
Países y Regiones	23992 (16,66 %)	7253 (12,27 %)	9649 (8,64 %)	11881 (11,73 %)	52775 (12,69 %)
Economía	6082 (4,22 %)	6066 (10,26 %)	5516 (4,94 %)	10696 (10,56 %)	28360 (6,82 %)
Salud	11640 (8,09 %)	3055 (5,17 %)	5091 (4,56 %)	3233 (3,19 %)	23019 (5,53 %)
Política	4709 (3,27 %)	2253 (3,81 %)	4483 (4,02 %)	5081 (5,01 %)	16526 (3,97 %)
Políticas Sociales	5939 (4,13 %)	2356 (4 %)	5049 (4,52 %)	2420 (2,39 %)	15764 (3,79 %)
Medio Ambiente	3968 (2,76 %)	3740 (6,33 %)	4263 (3,82 %)	2898 (2,86 %)	14869 (3,57 %)
Intendencias	4548 (3,16 %)	2252 (3,81 %)	4769 (4,27 %)	2252 (2,22 %)	13821 (3,32 %)
Educación	4263 (2,96 %)	1892 (3,20 %)	3570 (3,20)	1770 (1,75 %)	11495 (2,76 %)
Consumo	1764 (1,23 %)	2445 (4,14 %)	3817 (3,42 %)	2913 (2,87 %)ya	10939 (2,64 %)

⁵ Categoría en la que predomina el fútbol.

Cultura	2300 (1,60 %)	1246 (2,11 %)	4611 (4,13 %)	2776 (2,74 %)	10933 (2,63 %)
Agropecuaria y Pesca	2249 (1,56 %)	2977 (5,04 %)	1092 (0,98 %)	1324 (1,31 %)	7642 (1,84 %)
Transporte	2804 (1,95 %)	818 (1,38 %)	1851 (1,66 %)	2014 (1,99 %)	7487 (1,80 %)
Medios de Comunicación	1229 (0,85 %)	1711 (2,89 %)	3053 (2,74 %)	603 (0,60 %)	6596 (1,59 %)
Política Exterior	1611 (1,12 %)	1407 (2,38 %)	1186 (1,06 %)	2287 (2,26 %)	6491 (1,56 %)
Industria y Energía	2283 (1,59 %)	1050 (1,78 %)	1257 (1,13 %)	918 (0,91 %)	5508 (1,32 %)
Ciencia y Tecnología	1176 (0,82 %)	1026 (1,74 %)	1302 (1,17 %)	995 (0,98 %)	4499 (1,08 %)
Seguridad Social	507 (0,35 %)	244 (0,40 %)	410 (0,37 %)	190 (0,19 %)	1351 (0,32 %)
Turismo	276 (0,20 %)	408 (0,69 %)	273 (0,24 %)	218 (0,21 %)	1175 (0,28 %)
Religión	479 (0,34 %)	304 (0,50 %)	104 (0,09 %)	166 (0,16 %)	1053 (0,26 %)
Urbanismo	218 (0,16 %)	225 (0,38 %)	315 (0,28 %)	268 (0,26 %)	1026 (0,25 %)
RSE	281 (0,16 %)	230 (0,39 %)	78 (0,07 %)	230 (0,23 %)	819 (0,20 %)
Varios	0 (0 %)	0 (0 %)	93 (0,08 %)	37 (0,03 %)	130 (0,03 %)
Totales	143953 (100 %)	59116 (100 %)	111626 (100 %)	101319 (100 %)	416014 (100 %)

Fuente: Natalevich & Silvera (2011).

A partir de este cuadro podemos apreciar cómo la temática de la “seguridad” fue a la que más tiempo se le dedicó en los noticieros de agosto del 2010; lo cual contrasta fuertemente con lo que pasaba en 1987.

Por otra parte, al igual que en el momento estudiado por Álvarez, en el 2010 sigue la categoría “deportes” estando en segundo lugar. Categoría “deportes” que significa básicamente fútbol y que, más allá de que agrupados los noticieros de los cuatro canales haya quedado en segundo lugar luego

de la temática “seguridad”, es una temática que alcanzó el primer lugar de niveles de tiempo dedicado en todos los noticieros tomados individualmente salvo en Telenoche (noticiero que ha tenido un rol crucial en el aumento de la importancia concedida a la temática policial en nuestro medio).

Así entonces, sintetizando, es Telenoche el noticiero que más tiempo le dedicó a las noticias sobre “seguridad”, ubicándose estas en primer lugar en dicho noticiero, a la vez que en los otros dos noticieros de los canales privados las mismas se ubicaron en segundo lugar luego de la categoría “deportes”, a la vez que en el canal del Estado se ubicó en tercer lugar; pese a lo cual, este tipo de noticias globalmente, como ya dijéramos, alcanzara el primer lugar.

De los datos que extrajáramos de estas dos investigaciones podemos concluir, entonces, que mientras el deporte, en el que destaca principalmente el fútbol, tuvo en ambos momentos un sitio privilegiado entre las temáticas centrales de los noticieros, lo que ha cambiado, fundamentalmente, es lo acontecido a nivel del primer puesto entre los temas más tratados entre un momento y otro, dejando de ser el tema principal la “esfera de lo político”, como lo era en 1987, para pasar a ser la temática de la “seguridad” en el 2010, lo que es expresión directa del aumento de la presencia e importancia de la crónica policial en los noticieros televisivos uruguayos.

Por otra parte, sería interesante aludir a los temas con más exposición en los noticieros de la televisión abierta en el año 2012 según datos de la consultora Foco⁶. Así, según los mismos, los diez hechos más tratados fueron los siguientes: 1) Fútbol uruguayo 279.951"; 2) Crónica policial 265.720"; 3) Pronósticos, alertas y temporales 122.835"; 4) Pluna 89.913"; 5) Parlamento, proyectos y leyes 81.925"; 6) Juegos Olímpicos de Londres 60.160"; 7) Copa Libertadores de América 59.311"; 8) Presidencia de José Mujica 56.876"; 9) Partidos políticos 55.346" y 10) Eliminatorias para el Mundial de Brasil 2014 52.788".

Datos que vienen a confirmar la centralidad del fútbol y la crónica policial en los noticieros de la televisión abierta uruguaya, lo que podemos interpretar como señales inequívocas del mecanismo de “ocultar mostrando” operando, puesto que se ocupa el tiempo disponible en los noticieros con cosas enfocadas meramente a divertir, como puede ser el deporte, o si no a satisfacer un voyeurismo de la violencia, como acontece en la crónica policial, dejándose de lado los aspectos que podrían contribuir a un mejoramiento en la capacidad de análisis de la realidad social por parte de los

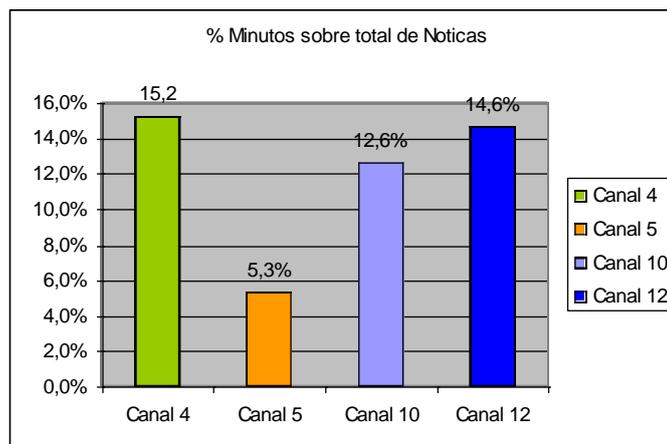
⁶ Datos publicados el 27/12/12 en el Portal de El Observador. Obtenido de la red mundial el 22/02/13 de <http://www.elobservador.com.uy/noticia/240214/mujica-tuvo-mas-de-20-horas-en-los-informativos-en-tv-en-2012/>

televidentes. De esta manera son dejadas a un costado las noticias que ilustrarían al ciudadano para ejercer sus derechos democráticos.

5- La crónica policial y el aumento de su relevancia en los noticieros uruguayos

La crónica policial es un clásico de los noticieros desde siempre. Pero este hecho no debe opacar el fenómeno de que últimamente la extensión dedicada a este tipo de noticias en los noticieros televisivos uruguayos ha ido en aumento. Así, por ejemplo, mientras en 1987 en el estudio realizado por Luciano Álvarez se mostraba que el porcentaje dedicado a temáticas “policiales, accidentes y disturbios” abarcaba el 3 % del total de los informativos televisivos uruguayos⁷, en cambio, de acuerdo a un estudio realizado por el Observatorio de Medios del Claeh y dirigido por Esteban Perroni en el 2008, los informativos televisivos centrales presentaban el siguiente porcentaje de minutos dedicados a las noticias policiales sobre el total de noticias emitidas:

CUADRO 4
Porcentaje sobre el total de las noticias de un noticiero tipo



Cuadro extraído del informe titulado “Análisis de comunicación de temáticas policiales en noticieros de TV” elaborado por Esteban Perroni y Daniel González Arias.

De acuerdo a estos datos podemos apreciar que incluso el canal 5, que es el que menos tiempo dedica a la crónica policial en el 2008, dedica igualmente un porcentaje mayor al que según el estudio de Álvarez se concedía a dicha temática en 1987 en los informativos televisivos uruguayos (sin distinguir por canales).

⁷ 1,7 % dedicado a delitos, 0,8 % a catástrofes naturales y grandes accidentes, 0,3 % a disturbios callejeros (o similares) con participación de organizaciones sociales o políticas, 0,1 % a accidentes y 0,1 % a disturbios callejeros (o similares) sin participación de organizaciones sociales o políticas (Álvarez, 1988: 98).

Por otra parte, también en la investigación realizada por Natalevich y Silvera en el 2011 se destaca el aumento progresivo del tiempo dedicado a las temáticas policiales en los informativos televisivos uruguayos experimentado en los últimos años, basándose en datos elaborados por Foco Auditoría Multimedia que comprende el período que va del 2005 hasta el 20 de julio del 2010 en torno a las noticias sobre “seguridad”, distinguiendo a su interior, a su vez, las noticias estrictamente policiales.

Presentamos estos datos en el siguiente cuadro:

CUADRO 5

Segundos dedicados a noticias estrictamente *policiales* y al total de noticias sobre *seguridad* en los informativos de la tv abierta uruguaya, para distintos años

	2005	2006	2007	2008	2009	2010 (hasta el 20 de julio)
Noticias estrictamente policiales	131.827 (37,4 %)	139.382 (43,7 %)	168.833 (40,2 %)	277.843 (53,3 %)	430.150 (62 %)	251.857 (53,2 %)
Total de Noticias sobre seguridad	352.395 (100 %)	319.504 (100 %)	419.523 (100 %)	521.189 (100 %)	694.306 (100 %)	473.318 (100 %)

Fuente: Natalevich & Silvera, 2011.

Lo anterior está evidenciando un claro proceso de aumento en el tiempo dedicado a las noticias sobre *seguridad* y especialmente a las noticias estrictamente *policiales* a su interior experimentado en los informativos de la televisión abierta uruguaya, fenómeno acentuado a partir del año 2008.

Por otra parte, la misma empresa Foco Auditoría Multimedia dio a conocer datos comparativos del mes de mayo del 2011 con respecto al mes de mayo del 2012, resultando que mientras en la primera fecha las noticias sobre “seguridad” contaron con unos 35.000 segundos en la segunda fecha superaron los 50.000 (Voz y Vos, 2012).

Basándonos en todo esto podemos concluir que la temática de la seguridad adopta un carácter central en los informativos actuales; a la vez que dentro de la misma las noticias más presentes son las estrictamente policiales.

En este aumento en la importancia de la crónica policial un actor relevante ha sido Telenoche, sobre todo a partir de que asumiera la gerencia del mismo Adrián Vallarino⁸ en setiembre del 2008 en lugar de Carina Novarese. Bajo su gerencia este informativo además de tomar a la crónica policial como mascarón de proa fue el que más defendiera su importancia bajo el argumento de que *eso es lo que la gente quiere ver*. Así, este último argumento ha sido defendido por distintos actores vinculados a Telenoche, como ser: Adrián Vallarino, Fernando Vilar⁹ y los periodistas de la crónica policial George Almendras¹⁰ y Santiago Bernaola¹¹. Argumento que, por otra parte, ha sido cuestionado tanto por otros periodistas como desde el ámbito académico en base a dos aspectos principalmente: 1) Por lo cuestionable de hablar en nombre de otros, de autopositionarse sin un consentimiento al respecto como representantes de la gente, señalando lo que esta supuestamente quiere ver o no. 2) Por lo objetable que es un argumento que pone en primer lugar el interés de lucro de una empresa frente a la responsabilidad de informar en forma veraz. De hecho, los actores vinculados a Telenoche han defendido la gran relevancia dada a la crónica policial por el rating que supuestamente la misma genera, lo que implica una mayor audiencia para ofrecerles a los anunciantes y, por ende, mayores ingresos en concepto de publicidad. Esto puede ser interpretado, entonces, como una clara manifestación de la intrusión de la lógica comercial en el campo periodístico, tal cual fuera conceptualizado por Bourdieu.

Pero tampoco creamos que Telenoche es un caso excepcional, puesto que el aumento en la importancia de la crónica policial experimentado en los últimos años no fue algo privativo del canal 4, más allá que fuera el canal en el que este fenómeno asumiera mayor relevancia, sino que fue algo que se dio en todos los informativos de la televisión abierta privada.

Un caso aparte es el del informativo del canal 5 “TNU Noticias”, que es el único que no tiene periodistas destinados específicamente para la crónica policial así como tampoco tiene un espacio definido para la misma. Lo cual pareciera ser una característica de largo tiempo de este noticiero. Así, la actual directora de TNU Virginia Martínez manifestó el 11 de abril del 2012 en la Comisión de Educación y Cultura del Senado de la República:

⁸ Quien ya no es gerente de Telenoche desde octubre del 2011, cargo que ocupa desde ese momento a la fecha Claudio Romanoff, quien anteriormente fuera uno de los editores del diario El Observador.

⁹ Conductor de Telenoche.

¹⁰ Ya no integra el staff de Telenoche.

¹¹ Véase al respecto Natalevich & Silvera, 2011.

“el hecho de que no tengamos noticias policiales no es una medida que haya tomado yo, ni tampoco la administración de Invernizzi o la de Breccia¹², sino que hace unos 15 años que el canal tiene esta política. Nosotros tenemos información policial y de accidentes, pero la emitimos cuando tienen impacto social (...) No tenemos una sección policial en la que se cubran noticias de robos, por ejemplo, pero no somos autistas, porque cuando hay hechos policiales que se juzgan de relevancia, tienen su lugar en el informativo del canal. Insisto: este criterio es una marca del informativo de Televisión Nacional y que precede a las tres últimas administraciones” (MEC, 2012).

Es así que, dejando a un lado el caso singular de TNU Noticias, la crónica policial ha ido aumentando progresiva y significativamente el tiempo que ocupa y la relevancia que asume en los informativos. De este reconocimiento de la cada vez mayor presencia de las temáticas policiales en los informativos televisivos uruguayos es que se desprende nuestro interés de focalizar nuestra atención en la construcciones de sentido que allí se hacen.

6- El sensacionalismo como modo de ocultar mostrando en la crónica policial uruguaya

Fernández Pedemonte señala que dentro de las estrategias sensacionalistas puestas en juego en los relatos policiales se encuentra la cobertura tipo *héroes* contra *villanos*, en la cual los medios toman partido contra el villano y centran la narración en el criminal (Fernández Pedemonte, 2010: 100).

Esta cuestión se puede apreciar claramente en Telenoche el 20 de abril del 2012, día en el que se dio un tiroteo en el Penal de Libertad entre un recluso y la guardia carcelaria, teniendo como resultado la muerte del preso y el fallecimiento días después de uno de los guardias. Este día, además de que el periodista Ignacio Romero mencionara los antecedentes del recluso desde la Redacción de Telenoche, también se detalla todo su prontuario en un informe preparado por Paola Riani con la colaboración de Leonardo Pedrouza y Santiago Bernaola. Informe que se basa en dos tipos de imágenes, por un lado su fotografía del fichaje policial, con la que se comienza y también se termina el informe, y con imágenes de archivo de cuando fue herido y recapturado por parte de la policía en diciembre del 2011 cuando intentó fugar junto a otros reclusos del Penal de Libertad, viéndoselo herido y trasladado en una camioneta policial, imagen esta última que se despliega en la parte del medio del informe. A su vez, en el zócalo se dice: “Recluso muerto en el Penal de Libertad”, agregándose abajo: “Tenía varios antecedentes por hurtos, rapiñas y homicidios”.

¹² Sonia Breccia fue directora de TNU desde el 2005 hasta fines del 2008. Claudio Invernizzi lo fue desde enero del 2009 hasta abril del 2010.

Es de resaltar esto último, puesto que en este focalizar la narración en el *villano*, se llega al punto de invisibilizar el sujeto y la acción que lo llevó a la muerte, puesto que se habla de “recluso muerto” y no de “asesinado”, “ejecutado” “matado” o cualquier otro adjetivo por el estilo, tan frecuentemente utilizado cuando el sujeto de la acción que afecta a un inocente es el villano. En términos de Vasilachis se da una naturalización de la acción social, por la cual “*se evita nombrar al que realiza la acción, a la que se le asigna el carácter de un proceso inevitable*” (Fernández Pedemonte, 2010: 89). En este caso la presencia del villano y su accionar opacan toda otra consideración, se da una focalización exclusiva en la condena del recluso. Romero de manera eufemística se refiere al asesinato del preso diciendo que “*el segundo policía logró repeler el ataque*”, lo que explicaría porqué no le ha pasado nada a un tercer policía que también participó del traslado del preso. Es decir que cuando se menciona la acción del asesinato del preso, se lo hace diciendo eufemísticamente “*repeler un ataque*”. Lo cual implica una estrategia que busca propiciar ciertos tipos de interpretantes para su “espectador ideal”, centrados en la idea de la *legítima defensa* por parte de la guardia.

Si bien como se puede desprender del informe oral del Comisionado Parlamentario Álvaro Garcé del día 15 de mayo de 2012, evidentemente hay un problema muy grave desde hace tiempo en cuanto a corrupción policial que habría posibilitado el ingreso masivo de armas al Penal de Libertad, con estas trágicas consecuencias (la muerte de dos personas), eso en ningún momento es aludido en la construcción del binomio “buenos e inocentes policías” frente al “malvado recluso”, construcción, por otra parte, que se elabora poniendo el acento en los aspectos más violentos del prontuario del recluso.

Pero este focalizar la mirada en el preso también aconteció en los otros informativos, que también aludieron a su prontuario y “peligrosidad”. Por ejemplo el 20 de abril se podía ver y escuchar decir a Aldo Silva lo siguiente: “*bueno, y este recluso como dijimos anteriormente tenía un largo historial delictivo, que incluía entre otras cosas el asesinato de un policía y una espectacular fuga con toma de rehenes*”, dando paso así a un informe de Sampayo que se centra en este aspecto.

Este poner el acento en el prontuario y la “peligrosidad” del recluso puede ser interpretado, entonces, como una manera de soslayar el fenómeno del ingreso de armas a la cárcel, que es lo que en definitiva posibilitó que pasara este tiroteo, lo cual pondría en evidencia la corrupción policial, la cual es dejada completamente de lado en este abordaje. *Ocultar mostrando* diría Bourdieu.

En lo que concierne al tratamiento del motín experimentado en el Comcar el 25 de abril, en todos los informativos es presentado como un suceso que viene a trastocar la normalidad, pero en el

que finalmente las “fuerzas del bien” (la policía) restablecen el orden luego del trastocamiento del mismo por parte de las “fuerzas villanas” (los presos).

Por otra parte, es interesante referirse a un fragmento de Telenoche de esta jornada que también puede analizarse como una forma de *ocultar mostrando*. Así, este día mientras el notero Leo Bouza narra desde un móvil en las afueras del Comcar lo acontecido durante la jornada en ese lugar, se emiten imágenes del corte de calle efectuado por los familiares de los presos del Comcar por Batlle Berres y su posterior desalojo por parte de la policía. Lo curioso es que Fernando Vilar le pide a Leo Bouza que haga silencio para volver a emitir las mismas imágenes pero ahora con el sonido ambiente, al cual tilda de “*sonido natural*”, diciendo “*vamos a reiterarlas con el sonido natural para que todos tengamos una idea clara de lo que sucedió allí*”. Imágenes que no incluyen ningún relato oral, lo que obviamente quiere decir que toda contextualización del fenómeno o exposición de motivos está excluido. A la estrategia sensacionalista adoptada le sobra ese aspecto, no lo necesita. Esta segunda emisión de las imágenes, ahora sin ninguna voz en off y con sonido ambiente, dura 96 segundos (poco más de 1 minuto y medio). Imágenes que se centran en los forcejeos entre la policía y los familiares de los presos (mayormente mujeres) que resultan en el desalojo de estos de la ruta que cortaban. Ilustración explícita del *ocultar mostrando* del que nos habla Bourdieu, pues más que la preocupación por exponer las causas de las protestas de los familiares u otros aspectos del fenómeno, lo relevante para Vilar será centrarse en los forcejeos físicos entre familiares y policía, todo en beneficio de la búsqueda del rating, clara expresión, por tanto, del dominio de la lógica comercial sobre la lógica propia del campo periodístico (que se centraría en informar en forma veraz).

Por otra parte, vale resaltar también que en la edición de esta jornada de TNU Noticias se eligió, curiosamente, como noticia para exhibir visualmente mientras se emitía la cortina musical del noticiero y se veían los créditos del mismo a su finalización, la que concernía a la reunión de los músicos de Calle 13 con el presidente José Mujica y no a algo referido al motín, tema sin duda más importante del día y que incluso concitó el mayor tiempo dedicado en todos los noticieros, incluido TNU Noticias. Quizás podríamos aplicar para analizar esto, lo señalado por Bourdieu en el sentido de que “*la búsqueda de la diversión tiende, sin que haya necesidad de desearlo explícitamente, a desviar la atención hacia un espectáculo (o un escándalo) cada vez que la vida política hace que surja una cuestión importante, pero de apariencia fastidiosa*” (Bourdieu, 2012: 132).

Por último, en lo que respecta también a la edición de esta jornada, cabe señalar algo que aconteció en el cuarto bloque de Telenoche, no sin antes resaltar que los tres primeros bloques del mismo se dedicaron en forma íntegra a la cobertura del motín, y todo abordado desde una marcada lógica sensacionalista. Concretamente en el cuarto bloque Vilar brinda la información del

fallecimiento del ex notero policial de Telenoche Casavieja, asesinado mientras trabaja como guardia en un comercio. En el cierre de esta noticia y luego de enviar un “abrazo apretado” a la familia del fallecido, Vilar hace algunos comentarios que ameritan ser citados. Allí Vilar señala: “*Y lo que son las cosas ¿no? Yo me pregunto, la familia de Casavieja, ¿qué hace? ¿qué dirá cuando ve estos reclamos de familiares de gente que está allí por haber matado a otra gente¹³? ¿qué pasará por la cabeza de un ser humano en estos momentos? Acaba de fallecer luego de ser baleado por delincuentes que seguramente alguno de ellos está molesto porque le cortaron el régimen de visitas. Vean ustedes y después saquen sus propias conclusiones*”.

Aquí Vilar opone a “víctimas inocentes” frente a “asesinos merecedores de castigos”, haciendo uso de las denominadas “ideas banales” que menciona Bourdieu que dominan el “fast thinking” y aseguran la reproducción del orden social y simbólico constituido.

En fin, estos son simplemente algunos ejemplos del “ocultar mostrando” y el sensacionalismo operando en los noticieros televisivos uruguayos. Ejemplos que exponemos y analizamos desde la intención de aportar a un análisis crítico de estos programas con tanta llegada a la audiencia. Esperemos haber podido aportar algo en este sentido.

¹³ Mientras decía esto señalaba la pantalla en la que se habían emitido los informes sobre lo acontecido en el Comcar y sus afueras.

Referencias bibliográficas

- Álvarez, Luciano; 1988, *“Los héroes de las siete y media. Los noticieros en la televisión uruguaya”*, ClaeH, Montevideo.
- Bourdieu, Pierre; 2012, *“Sobre la televisión”*, Anagrama, Barcelona.
- Farré, Marcela; 2004, *“El noticiero como mundo posible. Estrategias ficcionales en la información audiovisual”*, La Crujía ediciones, Buenos Aires.
- Fernández Pedemonte, Damián; 2010, *“Conmoción pública. Los casos mediáticos y sus públicos”*, La Crujía Ediciones, Buenos Aires.
- MEC; 2012, “Mec en el Parlamento”. Publicado el 13 de abril del 2012, obtenido en la red mundial el 10 de febrero del 2012 de http://mec.gub.uy/innovaportal/v/15600/2/mecweb/mec_en_el_parlamento?parentid=13711
- Natalevich, Martín y Silvera, Leonardo; 2011, *“Disparando noticias. Estudio sobre el tratamiento informativo de la crónica policial televisiva en Uruguay”* (memoria de grado), Universidad Católica del Uruguay, Montevideo.
- Perroni, Esteban; González Arias, Daniel; 2009, *“Análisis de comunicación de temáticas policiales en noticieros de TV”*, Observatorio de Medios del CLAEH, Montevideo.
- Radakovich Rosario; 2009, *“Década de la transición digital en Uruguay”* en S.Dominzaín, Sandra Rapetti, R.Radakovich *Imaginario y consumo cultural, Segundo Informe Nacional sobre Consumo y Comportamiento cultural., Uruguay 2009* , CCE, Mdeo, pag.107-129.
- Van Dijk; 1990 (edición original 1980), *“La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información”*, Ediciones Paidós, Barcelona.
- Varela, Mariel; 2010, *“Noticieros centrales. Los elegidos”* en *Sabado Show* (28 de agosto de 2010), Montevideo.
- Voz y Vos; 2012, *“Crónica Roja”*. Publicado el 3 de junio del 2012, obtenido en la red mundial el 5 de febrero del 2012 de <http://www.vozyvos.org.uy/index.php/resena/3157-cronica-roja>



Facultad de
Ciencias Sociales



UNIVERSIDAD
DE LA REPÚBLICA
URUGUAY