

Detrás de las noticias. Una mirada desde los consumidores de información

Las noticias son las estrellas de las encuestas. Por ejemplo, aunque los noticieros televisivos -tomados de manera aislada- nunca logren los puntos de rating de Marcelo Tinelli, los estudios de audiencia de los últimos años los ubican en los primeros lugares de "los más vistos" o "los programas que nunca se pierden" u otra clasificación con igual sentido (ver por ejemplo Grillo et al. 1996, 2000; Mata, 1997).

Estos datos, ¿responden a un ansia de información de una sociedad denominada justamente de la "información" (López Escobar, 1990)? El género informativo -como parte del discurso televisivo- ¿es vivido también como entretenimiento (González Requena, 1988)? ¿Responde su consumo a una práctica ritual (Morley, 1996; Silverstone, 1996)? O/y tal vez, como indican otros aportes teóricos, ¿las personas optan por los programas informativos de los medios porque buscan conocer y orientarse respecto de lo que está sucediendo en su propia sociedad (Ball Rokeach y De Fleur, 1976)?

Todas respuestas posibles, no necesariamente contradictorias, sobre los factores que llevan a la audiencia a posicionar los noticieros en los primeros puestos del ranking de los más vistos.

Estos datos, interrogantes y respuestas probables dieron origen a una investigación¹ donde interesó conocer las respuestas que los propios sujetos consumidores de información dan acerca de ese consumo. En

tal sentido llevamos adelante un estudio de casos en la ciudad de Río Cuarto con el objetivo de comprender las motivaciones que los sujetos reconocen para su exposición ante las noticias y cómo definen la articulación de este consumo con sus prácticas cotidianas. No nos centramos sólo en las informaciones de los noticieros televisivos sino de la diversidad de fuentes a las que acceden las personas, ya que si bien la televisión es el medio más receptado no es el único que opera en la incorporación de informaciones y, junto con las demás fuentes, constituye un entramado a partir del cual los sujetos conforman la representación de lo que es importante, actual, de la realidad misma en la que están viviendo.

Las entrevistas se realizaron con habitantes de la ciudad que tienen distintas ocupaciones², habiendo seleccionado pequeños empresarios (PE), profesionales independientes (PI), profesionales en relación de dependencia (PRD), empleados no profesionales (E) y amas de casa (AC). Todos los entrevistados pertenecen al nivel socioeconómico medio (medio / medio bajo) y tienen entre 30 y 60 años.

En este trabajo nos interesa rescatar cómo el consumo de noticias se imbrica en la vida diaria de las personas, el sentido atribuido a dicho consumo y las principales articulaciones de los contenidos informativos con las prácticas cotidianas que se desprenden de los discursos de nuestros entrevistados.

Ariadna Cantú

Notas

¹Proyecto de Investigación "Dependencia informativa: niveles, contextos y prácticas cotidianas". Beca Nivel II - CONICOR/Agencia Córdoba Ciencia - 1999-2001.

²La búsqueda de esta característica responde a uno de los objetivos generales del proyecto de investigación que supone identificar los rasgos que adopta la dependencia informativa en una población económicamente activa al variar las actividades específicas de sus miembros. Con anterioridad (Beca Nivel I CONICOR) habíamos trabajado con una población rural, específicamente con productores agropecuarios y sus esposas, y nos interesó ver si los resultados obtenidos en aquella oportunidad variaban al variar la ocupación de las personas.

Sobre la circulación de informaciones en la ciudad

En nuestra ciudad, la variedad y número de fuentes de información a través de los medios tradicionales³ (prensa, radio y televisión) son relativamente significativas.

En materia de televisión, la ciudad cuenta con un canal de aire (Canal 13 Río Cuarto) con dos emisiones diarias de un noticiero propio, y una empresa de cable⁴ cuya oferta relacionada con la emisión de informaciones es la siguiente: retransmite cuatro canales de Buenos Aires (Canal 13, Azul, Canal 7 y América), un canal de la ciudad de Córdoba (Canal 12), cuatro canales de noticias (TN, Crónica, CVN y CNN en español) y un canal local (Frecuencia 10) con un noticiero propio diario; más los espacios informativos de los canales internacionales (como el español o el mexicano).

En cuestión de prensa gráfica existe un diario local (Puntal), circulan todos los diarios nacionales (la mayoría llega cerca del mediodía) y los dos más importantes de la ciudad de Córdoba (La Voz del Interior y La Mañana). También llegan las revistas informativas como Noticias, Veintitrés y otras similares.

En lo que a radios se refiere la oferta es sobre todo local. Río Cuarto cuenta con una radio AM (LV 16 Radio Río Cuarto) y un número fluctuante radios FM que supera las diez (las más escuchadas son FM Ranquel y en un segundo cómodo lugar dentro de las locales, radio Sudamericana -Grillo et al, 2000-). Asimismo se pueden escuchar FM 100 (otra de las más escuchadas -ib.-), una señal local retransmite casi todo el tiempo radio Milenium y -según el equipo receptor- pueden escucharse algunas radios de Córdoba. Además, varias radios de la ciudad realizan conexiones con radios de Buenos Aires -especialmente con los espacios informativos- en distintos momentos del día.

Este breve panorama sobre la oferta de medios a los que se puede acceder en la ciudad permite, a partir del reconocimiento del contexto en el que se dan,

comprender en su dimensión relativa los consumos informativos expresados por los entrevistados.

Las prácticas de consumo de información

En materia informativa también puede distinguirse una clara división de tareas de los diferentes medios desde la propia mirada de los consumidores.

Sin centrarnos en los detalles, nuestros entrevistados reconocen a la televisión y al diario como las principales fuentes -no las únicas- en donde se encuentran con las noticias.

Asimismo puede observarse que cada uno de los medios convoca modalidades diferentes a la hora del consumo.

La recepción del noticiero televisivo coincide con los horarios del almuerzo y la cena. La familia está reunida y, como nos dice Susana (PI, 46), "... es un invitado que está ahí a la mesa también".

Y como a un invitado más, la atención que se le presta no es continua.

"... está prendida la televisión. Si por ahí escuchamos una noticia importante, tratamos de prestar atención. Pero muchas noticias pasan seguramente porque estamos hablando de otra cosa.

- O el Mateo gritando. (acota su esposa refiriéndose al hijo de 2 años)

- O ocupándonos de los chicos (...) está como uno más ahí, hablando, por ahí le damos bolilla o por ahí no..." (Gustavo, PE, 38)

Pero más allá del lugar que ocupa, es un invitado al que se convida todos los días.

El diario es matutino. Ya sea que se reciba en la casa o se consuma en otro lado, la mañana es el momento de leerlo. Una explicación posible nos la dio una de nuestras entrevistadas:

"El diario pierde mucho más rápido actualidad. Vos no podés leer un diario a la noche porque cuando hojeas el diario, si has visto el noticiero..." (Susana, PI, 46)

Graciela (PI, 40), por ejemplo, recibe el diario local todos los días a las 6 de la mañana y entre las 6:30 y

³Además el número de abonados a Internet es de aproximadamente 1700 (según los datos proporcionados por las dos empresas proveedoras del servicio en Río Cuarto), a lo que puede sumarse los navegantes que acceden a través de sus lugares de trabajo (por ejemplo la universidad local) o las cabinas públicas.

⁴El último estudio de audiencia realizado en la ciudad a fines de 1999 arrojó que el 68% de la población está abonada al sistema de cable (Grillo et al, 2000).

las 7 lo lee. Susana (PI, 46), por su parte, nos decía que ella siempre se desayunó hojeando el diario. Hoy por el lugar en donde vive la lectura se retrasa un poco; pero aún más tarde, todos los días lo hojea.

Este medio admite también otra modalidad: la hojeada en el café. Gustavo realiza trámites por la mañana en el centro de la ciudad y hace un intermedio en algún café...

"... yo no compro diario (...) lo consumo casi todos los días cuando paro a tomar un cafecito en algún bar, ahí hojeo el diario: leo los titulares, por ahí alguna noticia más completa, casi todos los días". (Gustavo, PE, 38)

Los fines de semana habilitan una relación diferente con este medio impreso. Aquellos que gozan de su lectura, dicen aprovechar los fines de semana para leer el diario más detenidamente.

"Diarios yo generalmente compro los domingos (...) medio que los domingos a parte de las noticias matutinas que ellos hacen, medio que hacen un resumen de la semana de lo que pasó (...) entonces lees hasta el cholulismo de... como se llama... Rostros y rastros⁵". (Hernán, PRD, 30)

El consumo cotidiano de diarios, entonces, se limita -en los casos de estudio- a una hojeada en algún momento de la mañana, una lectura rápida de los titulares y alguna que otra noticia un poco más completa que el lector veloz así lo requiera. La lectura más detenida y atenta se reserva para los sábados y domingos.

En el caso de la radio, no es reconocida como un medio para informarse sino primordialmente como un medio que acompaña. El desayuno, el trabajo, los viajes en auto, son momentos en los que la radio está prendida sobre todo como un fondo musical.

Sin embargo, como conservando una rutina del pasado, algunos de nuestros entrevistados escuchan las noticias de la primera hora de la mañana por la radio.

"Yo a la mañana sé escuchar la (radio) de Río Cuarto temprano, y ahí más o menos agarro... donde ya

viene la información de lo que va a pasar. Me gustan algunos comentarios que hace ... este muchacho (Osvaldo) Granados y..". (César, E, 48)

Y después aparece la escucha ocasional de las noticias radiales mientras se usa a la radio para tener un poco de música de fondo.

Otra forma de acceder a la información que no está extendida entre nuestros entrevistados es vía Internet. Hernán nos contaba que es parte de la rutina diaria que quien primero llega a la sección donde se desempeña (AFIP), imprime de las páginas de los principales diarios nacionales los temas relacionados con el interés colectivo que los une en su trabajo: economía. Más allá de alguna broma de los lunes ante un clásico River-Boca.

A partir de estas modalidades de consumo de las informaciones por los diferentes medios podemos observar como cada uno de los momentos de recepción está entrelazado con alguna de las rutinas diarias de los sujetos y él mismo se convierte en parte de esa rutina. Desde levantarse con la radio, desayunar con el diario y almorzar y cenar con el telediario elegido, hasta la impresión de noticias vía Internet de la gente de la AFIP, todas forman parte de un rito cotidiano.

Como nos plantea Silverstone (1996) la vida cotidiana se constituye como tal a partir de diferentes temporalidades, pero ellas se perciben y sostienen a través de las rutinas y los ritmos vivenciales de la jornada. Y los medios, también ellos, realizan un gran aporte marcando, a través de los hábitos de consumo que generan, esos ritmos que estructuran la jornada, estructurada ya por los horarios de otras actividades -laborales, escolares, etc.- de nuestra sociedad actual. Sin embargo, y siguiendo a Silverstone, estos dos grandes marcadores de ritmo no tienen el mismo status. El autor, refiriéndose particularmente a la televisión, dirá que "la pantalla nos suministra el foco de nuestros ritos cotidianos (...) que caracteriza a nuestro paso de las rutinas profanas a las rutinas sagradas de horarios y programas" (1996:44).

⁵Suplemento del diario Puntal que publica los "acontecimientos sociales" de la ciudad.

Y como parte de un ritual, entonces, no necesariamente importa cuál es la atención que se le presta a cualquiera de estos medios, sino la realización de ese consumo que está pautado en la rutina diaria.

"... un día que yo no he hojeado el diario es el vacío (...) si estoy acostumbrada a leer el diario todos los días y un día mi marido se lo olvidó en el trabajo, ah! O sea, me siento como que realmente algo me faltó (...) aunque ese día tenga ponele 10 minutos para dedicárselo al diario". (Susana, PI, 46)

Es que las rutinas y rituales de nuestra vida cotidiana se constituyen en los fundamentos de nuestra seguridad en la vida de todos los días (Silverstone, 1996). La ruptura de alguno de ellos nos perturba e incluso nos genera una cierta sensación de desequilibrio o inseguridad. Volviendo a Susana, ella nos planteaba:

"...no sé si es por costumbre, no sé si tiene que ver con la personalidad en el sentido de que a mí me gusta tener todo bajo control, ¿me entendés? entonces cuando hay algo que se salió de lo que yo tenía planeado o algo me descoloca hasta que lo vuelvo a... entonces el no tener el diario...". (Susana, PI, 38).

Más allá de adherir a la idea de que el consumo de informaciones sigue las pautas de un ritual cotidiano, creemos que esta concepción no puede ser llevada al extremo de plantear -como surge del trabajo de Nordenstreng- que "seguir las noticias es un mero ritual, una forma de dividir el ritmo del día y una manifestación de alienación (...) los programas de noticias no satisfacen la función de transmitir información; en realidad sirven a otro propósito a través del cual el hecho de seguir la emisión de noticias llega a convertirse en un ritual, en una costumbre que permite abrigar una sensación de seguridad" (citado por Morley, 1996:367). Nordenstreng plantea esta reflexión luego de que en una investigación realizada en Finlandia y dirigida por él, demostró que aunque la mayoría de los finlandeses veía al menos una emisión diaria de noticias, al día siguiente recordaban poco o nada del contenido informativo de dicha emisión (Morley, 1996).

Es probable que uno no recuerde las noticias específicas del telediario del día anterior, pero sí que éstas vayan quedando en estado "latente" y contribuyendo a la conformación de la realidad social. Así, algunos hechos pueden despertar el recuerdo de la noticia, por ejemplo, a partir de alguna conversación con un compañero de trabajo o un vecino. O también, como plantea Morley, se retenga muy poca información específica pero quizás sí se retengan "definiciones del orden de las cosas", categorías ideológicas insertas en la estructura del contenido específico" (1996:117).

Reconocemos a partir de los discursos de nuestros entrevistados la presencia de lo ritual en las prácticas de consumo de información pero consideramos también que este hecho no anula la incorporación de los contenidos informativos y que ellos inciden en los marcos de definición de la realidad de los sujetos. Más adelante nos centraremos en este aspecto.

Las prácticas de consumo de información nos remiten entonces a las ideas de rutina, ritos, rituales. Escriben el compás de la vida cotidiana. Ahora bien, si seguimos con Morley la concepción de que todo consumo implica la producción de sentidos por parte del consumidor y consideramos que "... el individuo emplea el consumo para decir algo sobre sí mismo, sobre su familia, su localización..." (Douglas e Isherwood, citado en Morley, 1996:306); ¿qué dicen nuestros entrevistados de sí mismos a partir de su consumo de noticias? ¿Qué imágenes, qué proyecciones de sí mismos -en términos goffmanianos- se pueden reconocer detrás de sus discursos?

Principalmente, así como el vecino de Serrat⁶, nuestros entrevistados se presentan como "hombres muy bien informados". La imagen que aparece con una fuerte presencia y que cruza los discursos de todos nuestros entrevistados, es la del hombre o mujer informado.

"...me gusta escuchar todas las novedades porque yo a esa hora (7 AM) ya he leído el diario (...) Y sí, me gusta, por ejemplo, a la mañana La punta del

⁶Mi vecino aquella noche se metió en la cama, convencido de tener el mundo controlado, seguro de ser un hombre muy bien informado respecto a lo que ocurría a su alrededor". Joan Manuel Serrat, La abuelita de Kundera.

ovillo (programa de FM Ranquel), están las noticias (...) me gusta más o menos tener un conocimiento de todo un poco..." (Graciela, PI, 40)

"Para mí estar informado, yo pienso que es una condición, hoy en día con los tiempos que se viven, estar informado es una condición indispensable para permanecer tanto en el mercado laboral como en la vida cotidiana". (Hernán, PRD, 30)

Detrás de esta imagen se reconoce una fuerte valoración de la posesión de la información. Pero no necesariamente una valoración de la información que circula en los medios. ¿Qué queremos decir con esto que parece hasta paradójico? Ser un sujeto informado se siente como una necesidad insoslayable de nuestra época; se valora la información pero se considera que aquella que circula en los medios debe consumirse desde una perspectiva crítica, analítica y el propio sujeto debe sacar sus conclusiones a partir de otras informaciones y conocimientos que posee. En definitiva, hay también en los discursos de los entrevistados una segunda imagen adherida a la anterior: el sujeto activo.

"... generalmente soy más del criterio de que leo una información y no me quedo con esa información, yo la empiezo medio que la empiezo a deducir, para tenerla porque siempre tienen una inclinación y bueno, yo creo en tal, no creo el 90 % o el 100% y después saco mis deducciones, viste? de cómo viene la mano..." (César, E, 48)

Del consumo de noticias, su génesis y las articulaciones

Partimos, entonces, de proponer que el consumo de informaciones está fuertemente ligado y se constituye como parte de las rutinas diarias de los sujetos. De este ritual cotidiano se desprende también la principal imagen que construyen los entrevistados de sí mismos como hombres y mujeres informados. Sin embargo, estas dos consideraciones no nos impiden pensar en noticias particulares o ítems específicos que

interesan a los sujetos y a los cuales prestan una atención diferenciada. Consecuentemente, nos interesa centrarnos ahora en esos ítems que "sobreviven" al contacto ritualizado con las noticias diarias; preguntarnos por lo que queda detrás de la construcción de esta imagen de "un hombre muy bien informado".

En este sentido vamos a retomar de los discursos de los entrevistados las temáticas que consideran de mayor relevancia y a las cuales dicen prestar mayor atención y los factores que se evidencian como motivaciones para el interés por dichas temáticas.

La teoría de la dependencia informativa (Ball-Rockeach y De Fleur, 1970) nos facilita un punto de partida para iniciar el abordaje de este último ítem. Esta teoría postula que las personas mantienen cierto grado de dependencia con las informaciones y que el mismo varía en relación con dos ejes clave: el sistema social y el sistema de medios. Dentro del primero se incluyen las variables estructural -relaciones entre los diferentes subsistemas del sistema social- y contextual -agrupa las características del ambiente social de los sujetos-. La hipótesis central que se deduce del cruce entre estas variables -incluida la medial- y la dependencia informativa es planteada por la teoría en los siguientes términos: el grado de dependencia de las informaciones del ambiente se relaciona, por un lado, con el grado en que una sociedad está sometida al cambio, conflicto o inestabilidad y, por el otro, con el grado en que los medios poseen funciones de información únicas y centrales.

Este esquema explicativo parte de la observación de variables sistémicas para explicar la relación que establecen los sujetos con las informaciones, si bien es un punto de partida diferente del que nos interesa creemos que nos proporciona pistas interesantes para plantear esta relación que sí llamaremos desde ahora de dependencia informativa.

Retomamos del modelo de Ball-Rockeach y De Fleur los factores estructurales que considera pero desde un ángulo diferente -centrándolos en el sujeto-, e incorporamos otros que se relacionan con el sistema social

y con el de medios, aunque son observados principalmente desde la cotidianeidad del sujeto.

Así, para la comprensión de la dependencia informativa de las personas, tomamos en cuenta la percepción que tienen de la estabilidad o inestabilidad del sistema social; dentro del contexto social consideramos también los grupos de pertenencia y/o referencia de los sujetos, sus actividades laborales y/o profesionales, sus contactos interpersonales (sean formales o informales), las fuentes extramediales que utiliza o puede utilizar potencialmente y el horizonte de alcance (Silverstone, 1996) de las personas; respecto del sistema medial, además de retomar la importancia atribuida por los sujetos al sistema de medios en su función informativa, incorporamos la agenda de los medios como otro factor a tener en cuenta. De esta forma queda conformado un entramado de factores que incidirían ya sea en la dependencia informativa en términos generales, así como en los ítems informativos o temáticas que los sujetos consideran importantes seguir.

Teniendo en cuenta este entramado, volvemos sobre nuestra preocupación acerca de los ítems noticiosos que "sobreviven al contacto ritualizado con los medios"; es decir, nos centraremos ahora en los qué, los por qué y los para qué de las noticias que consumen nuestros entrevistados.

Para comenzar, hay ciertos ítems que aparecen en todos los casos de estudio y que responden a informaciones que presentan un interés general y podríamos decir superficial. Son informaciones que posibilitan la construcción de un panorama global sobre la realidad en la que se vive. Dentro de éstas podemos enumerar las noticias vinculadas a la economía, a la política y las denominadas informaciones generales (donde lo que aparece son aspectos vinculados a lo social, la seguridad, la educación). Hasta aquí estos ítems aparecen conectados principalmente con el orden nacional y, en segundo lugar, con el provincial.

En estos términos generales, estas informaciones están siempre presentes en los intereses de nuestros

entrevistados. Se manifiesta una necesidad de conocerlas primero para esta construcción de un marco general de acción, para saber cómo está la situación. Segundo, y ya particularizando un poco, estos aspectos aparecen como importantes por lo que podríamos denominar -tomando prestado un concepto de Noelle Neumann- omnipresencia⁷. Este concepto se basa en el supuesto de que el saber público -lo difundido por los media- es "públicamente conocido que es públicamente conocido" (Wolf, 1991:162). Estas temáticas generales, entonces, posibilitan las interacciones cotidianas, dan tema para conversar tanto en grupos formales o informales.

"... creo que es algo común que podemos hablar todos. Si yo salgo al almacenero de la esquina y le hablo de la velocidad del chip del microprocesador Pentium II y el tipo me va a mirar! (...) Como temario general, la información me sirve para la charla y si no hablaremos del tiempo como se habla siempre..." (Eduardo, E, 36)

Las articulaciones más importantes que se desprenden de las entrevistas se relacionan con las dos motivaciones expuestas: por un lado, este marco global de acción posibilita -también en términos generales- la planificación, la previsión y la predicción; y a partir de la omnipresencia podemos observar la continuidad del consumo en las interacciones tanto formales como informales.

"... cosas económicas (...) para uno ir sacando cálculos y viendo cómo es la realidad. Uno tiene que predecir, ¿viste? Directamente para ir tomando... poniéndose en guardia, ¿viste?" (César, E, 48)

"... y porque un poco me van mostrando cuál es el pulso de lo que va a ir ocurriendo en el país, ¿no? Con la economía, con la gente, en definitiva". (Gustavo, PE, 38)

Ahora, decíamos más arriba que esto es en situaciones de normalidad, un punto aparte merecen las situaciones particulares o de cierta relevancia. Aquí, la percepción de inestabilidad o cambio de estas variables económicas o políticas es el principal motor

⁷La omnipresencia, junto con la acumulación y la consonancia son las características que enumera la autora como factores que inciden sobre los sistemas de conocimiento de los individuos, esto es, las características que posibilitan la función de agenda de los medios. (Wolf, 1991)

de una búsqueda motivada, y subrayamos lo de búsqueda motivada, porque en el caso anterior en realidad no aparece la expresión de que se busquen esas noticias en especial sino que se mencionan como las secciones del diario que se leen o las noticias a las que se le presta más atención en el telediario.

"Cuando ocurre un hito así más relevante, voy buscando repercusiones de eso, pero también, tratando de entreleer..." (Gerardo, PE, 56)

Dentro de estas grandes áreas que estamos considerando (económica, política y de informaciones generales) pueden surgir también inestabilidades o cambios en algunos sectores de ellas que no necesariamente repercuten a nivel general pero que producen dependencia en algunas personas; dependencia generada en función de que dichos sectores serían significativos para el propio sujeto. Por ejemplo, Hernán (PRD) quien recordemos trabaja en la AFIP nos comentaba que, dentro de los temas políticos, seguía con particular interés la cuestión de la reforma del estado y especialmente las versiones de achicamiento de la AFIP.

Otra área temática que cruza todos los casos de estudio y que está fuertemente presente es aquella conformada por las noticias locales. Lo local aparece construido como un tema en sí, no es el área de referencia de otras temáticas sino que es, en sí misma, una temática. Detrás de ella puede aparecer alguna especificación de contenidos, en donde se reiteran los ítems que mencionábamos más arriba: economía, política, interés general (sociales, educativas, seguridad, etc.).

A partir de los discursos de los entrevistados, podemos postular que el interés por las noticias locales parece vincularse principalmente con un sentimiento de pertenencia a la comunidad. Jensen (1992) plantea que las noticias proporcionan un sentido generalizado de comunidad, de contacto, "que posibilita la autolegitimación al permitir a los televidentes, por lo menos, preguntar y estar interesados en los mismos asuntos" (p. 115).

"En el caso de los noticieros de Río Cuarto, (...) cuando llego veo alguno de ellos y por lo menos me insertan un poco en la... en lo que pasa en Río Cuarto. Lo que pasa es que yo vengo a las 7 de la mañana acá (es administrativo de la UNRC) y mirá la hora que es (15:30) y todavía estoy (...) entonces no sé que pasa en la ciudad de Río Cuarto". (Eduardo, E, 36)

El sentimiento de pertenencia a la comunidad, expresado a partir de conocer lo que en ella sucede, es entonces la primer motivación que aparece ligada al interés por las informaciones locales. La lectura del diario Puntal, el noticiero local (el programa televisivo de mayor audiencia -Grillo et al., 1996; 2000) mediodía y noche, y la escucha de radios locales son testigos de este interés.

Después, de manera más particular, aparecen otros factores que justifican el interés por conocer lo que pasa en la ciudad. La vinculación con lo laboral se observa particularmente en aquellos entrevistados para los cuales la ciudad y la región circundante se constituyen en el principal contexto de sus actividades y por consiguiente muestran el pulso de lo que va a pasar.

Otro interés que despiertan las noticias locales que surge claramente de alguno de los discursos de nuestros entrevistados, puede vincularse con el concepto de redes, tal como lo plantea Grillo (1999). La autora utiliza este concepto para estudiar las relaciones sociales en las ciudades porque considera que "su alcance significativo nos permite incluir todo tipo de relaciones mantenidas entre los actores sociales, más allá del grado de intensidad de la interacción, del tipo que sea..." (p. 103). Las noticias locales son seguidas también para reconocer allí a sus partícipes: gente conocida, allegados, vecinos.

En algunos casos hay un interés manifiesto por ver las actividades de determinados conocidos.

- ¿Y qué noticias lees entonces en el Puntal?

- "... me interesa lo que pasa en la ciudad, y justamente la Municipalidad es un ámbito que influye en la ciudad. Inclusive hay muchos compañeros míos de

trabajo, por ejemplo Daniel Reiloba, que está trabajando con Ferreyra que es el Sec. de Hacienda, él está en la parte de Coordinación económica y bueno, también a uno le interesa saber lo que hacen sus compañeros. Bochetto está en el Consejo Deliberante, creo que es secretario de Gentile, una cosa así, o de Abraham (estos dos últimos son concejales)". (Hernán, PRD, 30)

En otros, se da la cuestión simplemente de ver al conocido en la televisión

"...él (el presidente de la vecinal de su barrio) había pedido la banca del ciudadano en el Concejo Deliberante pero hablaba del tema ese, de esa gente... hablaba de las empresas de microemprendimientos pero yo no le presté mucha atención ese día". (Esther, AC, 57)

"...Y yo vine y me dijiste que Don Cabello (el Pte.) estaba en la tele..." (acota su hija)

Esther prestó la atención justa para saber que su vecino, el Pte. de la Vecinal, estaba en el noticiero del canal local y así poder luego comentarlo con su hija.

Las cartas de lector del diario local, los llamados a la radio y un espacio del telediario del canal de aire dedicado a los llamados o mails del público, también suelen concentrar la atención cuando aparece algún conocido.

El sentimiento de pertenencia a la comunidad, la actividad laboral fuertemente vinculada a la ciudad, las redes de interacción, son motivaciones que aparecen al comentar la preferencia por las informaciones locales. Otra variable ligada a esta preferencia viene dada a partir de la amplitud del horizonte de alcance.

Entre nuestros entrevistados, hay un caso clave en este sentido. Es el de una de las amas de casa con las que conversamos. Tiene 57 años, casada, con dos hijas. Esther manifiesta un fuerte apego por su hogar y los suyos y aparentemente no mantiene un contacto muy fluido con los vecinos. Es una mujer a la que podríamos calificar como "cerrada" o "ensimismada". Para ella su barrio y su ciudad representan los límites que encierran aquello que es lo más im-

portante. Cuando estos límites se corren un poco más allá, se debe a que afectan de manera directa a alguno de los suyos. Por ejemplo, el interés por el tema de las inundaciones en Buenos Aires porque un hermano suyo vive allí. De no ser en estos casos, las noticias que declara como importantes son las locales.

Ahora bien, ¿en qué prácticas cotidianas se articulan las noticias enmarcadas en lo local? Una continuidad de este consumo se explica a partir de la omnipresencia que ya mencionábamos. Lo local, incluido el tiempo y su meteorólogo más famoso "Cococho" Alvarez⁸, es evidentemente un buen tema de conversación para las interacciones tanto formales como informales.

Cuando el interés por lo local se relaciona con la actividad laboral, aparece obviamente una articulación en dicha actividad, y en los casos de los pequeños empresarios surge la cuestión de la posibilidad de la planificación de actividades y/o inversiones a corto o mediano plazo.

Hasta aquí hicimos referencia a ítems que, con variaciones, están presentes en nuestros casos de estudio, a veces a partir de intereses diferenciados y con articulaciones en prácticas diversas. Lo que nos interesa ahora es partir de la ocupación o actividad laboral (variable significativa de nuestro estudio) para identificar en los discursos de los entrevistados qué ítems informativos se presentan como significativos y en qué prácticas concretas aparecen articuladas.

En principio cabe señalar que los conocimientos o las informaciones particularmente vinculadas con el trabajo o la profesión son obtenidas a partir de ámbitos y de fuentes específicas.

No obstante se observa en los dichos de los entrevistados intereses por ítems temáticos o noticias que responden a su profesión u ocupación, pero no aparece una búsqueda sistemática de los mismos, un seguimiento diario o regular; sino más bien, se manifiestan áreas de interés genérico o cuando surgen noticias vinculadas con la actividad, una atención diferenciada.

⁸Las desventuras de aciertos y desaciertos diarios del meteorólogo del telediario local son uno de los temas predilectos de los vecinos de la ciudad. Es el tema para conversar con el taxista o el cliente de turno y para todas esas interacciones obligadas de la cotidianeidad.

Así, por ejemplo, Graciela (PI, 40), farmacéutica, destacaba el tema del proyecto de desregulación de las mutuales como una noticia que se "paraba a leer". Susana (PI, 46) que es docente de inglés señalaba los temas vinculados a las reformas educativas o a educación en general como temas que le interesan particularmente. O los casos de Hernán o Gustavo que mencionábamos más arriba a partir de los temas locales. No son temas que requieran un seguimiento diario para conformar marcos de acción específicos en lo laboral, sino temáticas o noticias que contribuyen a construir un marco global de acción.

Después lo que aparece en términos ya de articulaciones en prácticas concretas se vincula a aspectos que podríamos denominar secundarios de la actividad laboral. Por ejemplo, el tema de las interacciones en las que uno se ve inmerso dentro o a partir del trabajo.

Es el caso de Eduardo (E, 36), César (E, 48) y Mario (E, 52) que están en la atención al público, también Susana, la teacher, habla con sus alumnos sobre temas vinculados con la actualidad; en la farmacia; en la AFIP y en todos los casos entrevistados. Esta es una articulación del consumo de noticias que aparece en todos los discursos de los entrevistados que se ven involucrados en interacciones formales.

En el caso de las amas de casa los temas de los informativos también son recursos válidos para las charlas informales con el vecino, con los comerciantes, con la familia. Pero no podemos decir que haya temáticas relacionadas con su actividad, más allá de alguna mención del pronóstico del tiempo para cierta planificación de las tareas o si consideramos al ama de casa como "coordinadora" del hogar, encontramos algunas noticias que ella se encarga de transmitir a los miembros de la familia a los cuales les afectan.

La ocupación aparece entonces como una variable más que incide en las temáticas informativas a las que se le presta atención y las prácticas relativas a la actividad laboral, como una articulación del consumo de noticias. Sin embargo, no aparecen rasgos

específicos que se relacionen con las diferentes ocupaciones, más allá de las diferencias propias entre las personas que se observan también a partir de cualquiera de los otros factores considerados. Sí hay una marca distintiva entre quienes tienen una ocupación fuera del hogar y las amas de casa. En estas últimas resulta difícil observar ítems temáticos relativos con su ocupación o que incidan en ella.

Por último surgen otras noticias de manera irregular y que son tenidas en cuenta porque son posicionadas como importantes desde los mismos medios. En estos casos juega como motor del interés lo que hemos denominado agenda de los medios. Este factor que aparece en todos los entrevistados, en realidad se entrecruza con las otras variables que ya hemos considerado: los grupos de pertenencia con los que se interactúa, las interacciones informales o formales, las redes que involucran al sujeto, etc. Lógicamente, no todos los temas agendados por los medios adquieren relevancia o la misma relevancia para todos los sujetos. En general cuando estos temas que aparecen en la agenda se refieren a la inestabilidad, cambio o conflicto de variables macro o micro pero significativas para el sujeto, producen el seguimiento y la búsqueda de la información.

Consideraciones finales

Partimos de observar un significativo consumo de informaciones en términos cuantitativos y nos interesó aprehenderlo en términos cualitativos, descubrir el significado que tenía para los propios sujetos receptores de información.

En primer término lo que aparece es un consumo de noticias fuertemente imbricado en las rutinas diarias. La lectura del diario, la recepción de los noticieros televisivos, la escucha de la radio, adquieren significación como un ritual cotidiano.

Ligadas a estas ideas de rutina y rito, y asumiendo que las prácticas de consumo implican producción de sentidos por parte de los consumidores, se observan las imágenes que los sujetos construyen de sí mismos a partir de este consumo particular. La per-

sona se proyecta como un hombre o mujer "bien informado". Se reconoce una valoración de la información pero también un manejo cauteloso de las provenientes de los medios. La segunda imagen fuerte que se proyecta, entonces, es la del "sujeto activo".

Ahora bien, ni la idea de ritual ni la construcción de sí mismo que se realiza a partir del consumo de informaciones, invalidan el propósito informativo de dicho consumo, la incorporación de las noticias en los marcos de definición de la realidad de los sujetos y la articulación del contenido consumido en las prácticas cotidianas.

La presencia temática más fuerte que observamos y que cruza todos los casos de estudio está dada por lo local. Lo local como categoría en sí misma, como contenido y no como característica geográfica de otros temas. El interés por las noticias locales aparece ligado con diversos factores: el sentimiento de pertenencia a la comunidad, la presencia de las redes o lo que hemos definido como omnipresencia, son factores que se desprenden en todos los casos; lo laboral, en los casos en que las actividades de las personas tienen su epicentro en la ciudad; mientras que la aparición del horizonte de alcance como factor se manifiesta en los casos en que la amplitud de éste encuentra sus límites en la ciudad. Lo local es percibido como un ítem de seguimiento privilegiado, regular, que convoca hábitos temporales de atención prácticamente diarios.

En segundo término, las temáticas por las que se manifiesta interés responden a variables más generales: económicas, políticas e informaciones generales (seguridad, sociales, educativas, etc.) y la propia agenda de los medios puede hacer surgir otros ítems del momento que interesen seguir. En el caso de las primeras, no necesariamente se plantea un seguimiento sistemático, sino ocasional y adquiere la forma más de un pantallazo general. Ahora bien, cuando cualquiera de estas variables involucradas o un sector de las mismas son percibidas por los sujetos como inestables o sometidas a algún cambio, el se-

guimiento puede tornarse regular y diario y conllevar una búsqueda específica de la información. Lo mismo ocurre en el caso de temáticas agendadas por los medios, si son percibidas como fundamentales o involucran riesgos en variables significativas para los sujetos.

Estos ítems informativos son considerados importantes para obtener una visión general acerca de la realidad que permite a las personas moverse en todos los ámbitos de la vida cotidiana: el laboral, los grupos de pertenencia, las interacciones cotidianas formales o informales, etc.

Los consumos informativos manifestados por los entrevistados se articulan, por un lado, con la construcción de un marco general de acción que les posibilita anticipar, planificar y prever conductas tanto en ámbitos laborales como en la cotidianeidad. A su vez, estas temáticas que se saben públicamente conocidas, se articulan en las interacciones cotidianas, en las formales que se mantienen a partir de la actividad laboral así como en las informales con grupos de amigos, vecinos, con la familia.

Finalmente, nos interesa destacar una última consideración planteada aún en términos hipotéticos: estas prácticas en las que se articulan los consumos pueden ser vistas también como una continuidad de esa imagen principal que se desprendía de la recepción de informaciones: este "hombre bien informado" que, por ejemplo, conversa con la gente acerca de lo que sabe. Así también, muchas de estas articulaciones pueden configurarse como parte del ritual del consumo de noticias.

A partir de este estudio podemos postular entonces que esta supuesta "ansia de información" se constituye mucho más como un ritual cotidiano de consumo de fuentes informativas, detrás del cual se configura una imagen de un sujeto informado oportuna con los tiempos en los que vivimos. A pesar de ello, resulta válido hablar de una dependencia informativa con ciertos ítems, que tiene que ver en parte con la mantención de esta imagen de la que hablamos,

pero también con otras articulaciones en diferentes prácticas diarias de las personas en las cuales resulta necesario cierto conocimiento y orientación respecto de lo que sucede en la propia sociedad.

Bibliografía

- Ball Rokeach, S. y M. De Fleur (1976) en Mc Quail, D. y S. Windahl: *Modelos para el estudio de la comunicación colectiva*. EUNSA, Pamplona, 1989.
- González Requena, J.: *El discurso televisivo: espectáculo de la posmodernidad*. Cátedra, Madrid, 1988.
- Grillo, M. et al. *Investigación de audiencias en Río Cuarto*, en: Cuadernos Tems y Problemas de Comunicación Nº 2. Dpto. de Ciencias de Comunicación, UNRC, Río Cuarto, 1996.
- Grillo, M.: Medios, conocidos y allegados. Circuitos de reconocimiento local. En *Cronía*, Vol. 3, Nº 2, UNRC, Río Cuarto, 1999.
- Grillo, M. et al.: *Investigación de audiencias en Río Cuarto*, en Cuadernos Tems y Problemas de Comunicación. Nº 3. Dpto. de Ciencias de Comunicación, UNRC, Río Cuarto, 2000.
- Jensen, K.: *La política del multisignificado. Noticias en la televisión, conciencia cotidiana y acción política*. En Gómez, G.: *Hablan los televidentes. Estudios de recepción en varios países*. Universidad Iberoamericana, México, 1992.
- López Escobar, E.: *La era de la información: un desafío*. Ponencia presentada al Congreso Cultura Europea, Pamplona, 24/27 de octubre, 1990.
- Mata, M.: *Públicos y consumos culturales en Córdoba*, CEA-UNC, Córdoba, 1997.
- Morley, D.: *Televisión, audiencia y estudios culturales*. Amorrortu, Buenos Aires, 1996.
- Silverstone, R.: *Televisión y vida cotidiana*. Amorrortu, Buenos Aires, 1996.
- Wolf, M. *La investigación de la comunicación de masas. Críticas y perspectivas*. Paidós, México, 1991.