

## NUEVOS ESPACIOS PÚBLICOS:

### El consumo de noticias locales como lugar de encuentro



Ariadna Laura Cantú\*

#### Resumen

La propuesta de este artículo es abordar y discutir distintas miradas que se han desarrollado en torno a los conceptos de lugar, espacio, espacio público, así como también los abordajes recientes que redefinen -teniendo en cuenta las características de las sociedades actuales- los espacios mediáticos como nuevos espacios públicos.

El recorrido por estos planteamientos y autores permitirá dilucidar las particularidades que son asignadas a los espacios [públicos], cómo se los concibe en su sentido original y qué modificaciones se incorporan a partir de la conformación de los nuevos espacios [públicos] así como el lugar que se les asigna en la vida de las sociedades; todo ello, haciendo especial hincapié en las prácticas sociales consideradas centrales en estos ámbitos.

#### Palabras Claves:

Noticieros y ciudad, uso y consumo de noticias, investigación sociocultural, espacios públicos.

**Recibido:** 6 de marzo de 2013 - **Aceptado:** 30 de marzo de 2013.

\* Magister en Comunicación y Cultura Contemporánea. Profesora del Dpto. de Ciencias de la Comunicación Universidad Nacional de Río Cuarto. Río Cuarto – Córdoba – Argentina. E-mail: acantu@hum.unrc.edu.ar

## NEW PUBLIC SPACES:

### The consumption of local news as a meeting place



Ariadna Laura Cantú\*

#### Summary

The purpose of this article is to address and discuss different perspectives that have been developed around the concepts of place, space, public space, as well as more recent approaches that are redefining -taking into account the features of modern societies- the more traditional proposals and talk about the creation of new public spaces, including those perspectives that characterize the media space as one of them.

The journey through these different arguments and authors allow us to elucidate the characteristics that are assigned to spaces [public], how they are conceived in its original sense and what adjustments are incorporated from the creation of new spaces [public] and the place assigned to them in the life of societies, with particular emphasis on social practices considered central in these areas.

#### Keywords:

Newscast, news and city, use and consumption of news, sociocultural research, public spaces.

**Received:** March 6, 2013 - **Accepted:** March 30, 2013.

\* Master of Communication and Contemporary Culture. Professor, Department of Communication Sciences National University of Río Cuarto. Río Cuarto - Córdoba - Argentina. E-mail: acantu@hum.unrc.edu.ar

## INTRODUCCIÓN

Telediario es el noticiero del canal abierto de Río Cuarto (Córdoba, Argentina) y es, además, el programa más visto en la ciudad desde hace más de 10 años [1]. Este hecho lo ha convertido, también, en objeto de estudio por parte de diversos investigadores locales, interesados por comprender las estrategias discursivas del propio noticiero, así como las particularidades que asume su consumo.

Dentro de esta última temática, se han desarrollado varias investigaciones en las cuales ha ido surgiendo un aspecto singular que cobra relevancia:

- El noticiero permite a las personas conectarse de un modo particular con su entorno inmediato.
- Los televidentes sienten que este consumo informativo les permite *encontrarse* con la gente de la ciudad.
- Este *encuentro* se da a partir de los contenidos de las noticias, pero también a través de aquello que Gheude llama la *reunión invisible*, esa que se lleva adelante con los *otros* que están asistiendo al consumo de ese mismo programa en ese mismo momento. Pues tal como postula el autor:

“Puede suceder que se mire una imagen, se siga una emisión, un canal; no porque interese verdaderamente, sino para participar en los intereses de un grupo del cual se sabe que está mirando esa emisión” (1997: 287).

En este sentido, entonces, partiendo de la idea de que el consumo del noticiero de la ciudad de Río Cuarto (Córdoba, Argentina), representa una forma de integración con el espacio y la comunidad local, el objetivo de este trabajo es entender este momento particular del circuito comunicacional como *lugar* de encuentro de los integrantes de la comunidad, como *lugar* donde se desarrollan nuevas formas de sociabilidad y, por qué no, nuevas formas de *interacción* y, consecuentemente, comprender y caracterizar este lugar o espacio particular de encuentro.

Con este fin, la propuesta es abordar y discutir distintas miradas que se han desarrollado en torno a los conceptos de lugar, espacio, espacio público; así como también los abordajes más recientes que redefinen -teniendo en cuenta las características de las sociedades actuales- los planteamientos más tradicionales que hablan de la conformación de nuevos espacios públicos, incluidas aquellas perspectivas que caracterizan al espacio mediático como uno de ellos.

Así, el trabajo se ocupará en una primera instancia de la presentación y discusión de estas distintas

aproximaciones teóricas que han pensado y reflexionado sobre estas temáticas. El recorrido por estos diferentes planteos y autores, permitirá dilucidar las particularidades que son asignadas a los espacios [públicos], cómo se los concibe en su sentido original y qué modificaciones se incorporan a partir de la conformación de los nuevos espacios [públicos] así como el lugar que se les asigna en la vida de las sociedades; todo ello, haciendo especial hincapié en las prácticas sociales consideradas centrales en estos ámbitos.

## En busca [de una definición] del espacio

La primera coincidencia que se encuentra leyendo a los autores que se han ocupado, de manera directa o tangencial de estudiar el concepto de espacio, es que este término de uso corriente, esta categoría elemental de la actividad humana –junto con la noción de tiempo con la cual se halla profundamente ligada-, no ha sido suficientemente abordada y muchas veces se la da por sentada o se le asigna acepciones y valores de sentido común.

Harvey (1998) agregará que se piensa en el espacio como un hecho de la naturaleza, como un atributo objetivo, concreto, físico de las cosas. Sin embargo, cuando se abandona este carácter objetivo del espacio es cuando el concepto encuentra sus aspectos más interesantes. Massey (2005) rastrea y presenta cuatro perspectivas en las que están implicadas maneras diferentes de pensar la noción de espacio [perspectivas con las cuales la autora va ir contrastando la suya propia, ya sea en términos de acuerdos o de rechazos].

La primera de ellas proviene de la “filosofía continental”, quien no se ocupa directamente de la noción de espacio sino que la misma se desprende de la conceptualización del tiempo a la cual sí se han dedicado. Dentro de esta línea se detiene en los aportes de Henry Bergson para quien la categoría de tiempo es la que contiene la noción de cambio, es la dimensión central que sostiene las diferencias y, por lo tanto, es el tiempo el único soporte de la creatividad. Así planteado, al espacio no le cabe más que el lugar de la representación, de la fijación, de la no creatividad.



Henry Bergson.

El espacio es, entonces, el “reino de la *stasis*”. Este tipo de postura es la que lleva a Foucault a cuestionarse acerca del porqué de este tratamiento del espacio “como lo muerto, lo fijo, lo no-dialéctico, lo inmóvil”, dejando para el tiempo asociaciones positivas como “la riqueza, la fecundidad, la vida, la dialéctica” (en Harvey, 1998:230).

El estructuralismo francés es el segundo abordaje presentado por Massey. Aquí la noción central es la de espacio. Espacio y tiempo se presentan como antónimos, y dentro de esta postura el espacio se define como la ausencia de la temporalidad y se piensa como sistema de relaciones fuertemente entrelazadas pero dentro de una sincronía cerrada. Así, como sistema cerrado no se habilita la posibilidad de transformación, se lo define en términos estáticos.

Una tercera postura es la que explica al espacio en términos temporales. Regiones avanzadas, atrasadas, en vías de desarrollo; son calificativos que dan cuenta de esta forma de definición. Se caracteriza al espacio en función de un estado [o estadio] “ideal” y aquéllos que no asumen ciertas características se suponen en un estadio (temporal) atrasado. Las diferencias geográficas -espaciales- se organizan en una secuencia temporal. Una aproximación que remite en cierto sentido a la idea de Bergson, en términos de que el cambio se da sólo a partir del paso del tiempo.

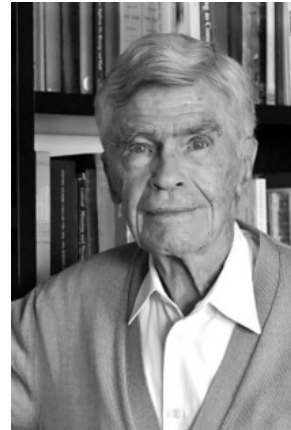
Por último, Massey presenta una cuarta forma de concebir al espacio, con un fuerte componente físico: el espacio como dividido, separado en localidades, regiones, estados naciones; esto es, como formas particulares de organización de la sociedad. A partir de esta manera de conceptualizar, dice la autora, se prioriza la organización espacial; parece asumirse que primero la gente se reúne en un espacio limitado y luego comienza a interactuar; “se supone que, de alguna manera, las características de un lugar y su ‘cultura local’ brotan de la tierra” (2005:117).



Doreen Massey

Desde otra perspectiva, pero con ciertas coincidencias, Mario Bunge (citado en Milani, 2009) plantea tres concepciones desde las cuales se ha abordado la noción del espacio: La del espacio como continente, como materia prima y desde una mirada relacional.

- El espacio como continente supone un escenario fijo donde existen los objetos concretos y, por lo tanto, su existencia se da más allá de las cosas que en él se encuentran.
- La concepción del espacio como materia prima asume que éste, es la sustancia elemental a partir de la cual se constituyen los objetos físicos.
- Por último –y seguramente el enfoque más interesante- piensa al espacio como un entramado de relaciones entre cosas.



Mario Bunge

Dentro de quienes reconocen en la noción de espacio esta perspectiva relacional encontramos a la propia Doreen Massey (2005). La autora plantea justamente que una de las dimensiones para abordar el concepto es entenderlo como producto de interrelaciones. Afirma que el espacio se constituye a partir de interacciones. Lo que conlleva a su segunda proposición: las interacciones se producen porque en el espacio coexisten distintas trayectorias, el espacio supone –para Massey- la presencia de más de una voz. Así, no sólo implica interacciones sino multiplicidad.

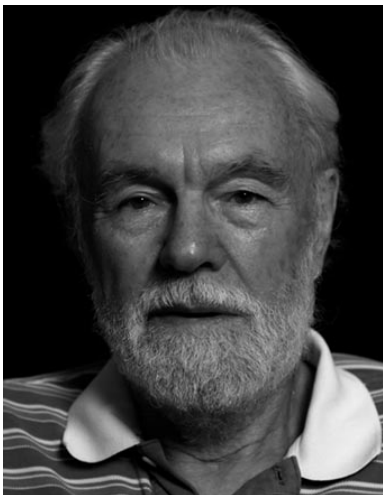
“Sin espacio no hay multiplicidad; sin multiplicidad no hay espacio. [...] La multiplicidad y el espacio son co-constitutivos” (p. 105).

Por último, y como consecuencia de sus primeras proposiciones, sostiene que el espacio siempre está en proceso de formación, no es un sistema cerrado, ni concluido, sino todo lo contrario, es un sistema abierto con relaciones existentes pero también futuras y en permanente cambio.

La conceptualización de Massey se distancia de aquellas posturas que piensan sólo al tiempo como el sostén del cambio. Si el espacio supone y puede definirse a partir de las interacciones que en él ocurren y de la multiplicidad que él alberga, esto lleva a asumir su carácter dinámico y pensarlo como siempre en construcción. Esta manera de caracterizar al espacio nos remite a los planteamientos de Harvey (1998), con quien pueden observarse puntos de encuentros en las formas de pensar esta categoría.



Harvey considera que hay que tener en cuenta el rol de las prácticas sociales para la asignación de sentido a los espacios. Asume que las prácticas espaciales son las que posibilitan la comprensión del espacio y que estas prácticas están fuertemente implicadas en los procesos de reproducción y transformación de las relaciones sociales. Esto es, no sólo el rescate de la idea de acción social como un componente elemental de la definición sino también la idea de reproducción y de cambio, de transformación. De allí se desprende, también en Harvey, la noción del espacio como construido o, mejor dicho, como en constante construcción.



David Harvey

El autor se va a inspirar en tres dimensiones formuladas por Lefebvre [el espacio como lo experimentado, lo percibido y lo imaginado] para proponer que las prácticas espaciales pueden observarse desde: las propias prácticas materiales (la experiencia espacial), las representaciones del espacio (la percepción) y los espacios de representación (la imaginación). Asimismo, remarca otros cuatro aspectos a tener en cuenta: la accesibilidad y el distanciamiento, la apropiación y uso del espacio, la dominación y control del mismo, y la producción del espacio. A partir de todas estas dimensiones o aspectos que retoma y postula el autor, se puede advertir el rol activo asignado a las prácticas [relaciones] sociales y asociado a ello la noción del espacio como una construcción social.

*“El espacio es un lugar practicado”*, afirma De Certeau (1996:129). En este autor el rol de las prácticas es fundamental y, por lo tanto, el espacio es también construido y está en constante devenir. Las trayectorias individuales, los distintos recorridos que arman y transitan los caminantes, los puntos que van uniendo y relacionando, van definiendo la espacialidad. En De Certeau, la creatividad es una marca indeleble que caracteriza al espacio vivido. Compara el acto de caminar con el acto de habla: el primero es al sistema urbano lo que el segundo, a la lengua.

En el acto de caminar también se puede observar una triple función enunciativa: al caminar, el caminante se apropia del espacio (sistema topográfico); caminar “es una realización espacial del lugar”; y por último,

“implica relaciones entre posiciones diferenciadas, es decir, ‘contratos’ pragmáticos bajo la forma de movimientos”.

Si el orden espacial, dice De Certeau,

“organiza un conjunto de posibilidades (por ejemplo, mediante un sitio donde se puede circular) y de prohibiciones (por ejemplo, a consecuencia del muro que impide avanzar), el caminante actualiza algunas de ellas. De ese modo las hace ser tanto como parecer. Pero también las desplaza e inventa otras...” (pp. 109-110).

Las acciones sociales, entonces, crean los espacios; hacen de los lugares, espacios, esto es, cambia la estabilidad y el orden que implican los lugares, por movimiento y transformación. Así, como dice Massey (2005), “el espacio no es una superficie”. Y la espacialidad es “una fuente para la producción de *nuevas* trayectorias, *nuevas* historias. Es una fuente de producción de espacios nuevos, identidades nuevas, relaciones y diferencias nuevas” (p. 121).

El recorrido por estos autores, es uno de los posibles que —así como las prácticas del caminar de De Certeau— llevan a una concepción [particular] de espacio: el espacio como lugar de encuentro —o desencuentros, como diría Massey—, de relaciones e interacciones, como lugar donde las prácticas lo producen, reproducen y transforman; el espacio como una realidad social construida pero también en permanente construcción.

### Un lugar particular: El espacio público

Si bien este espacio sostiene un fuerte vínculo con la esfera política y lejos está en los objetivos de este trabajo adentrarse en esta discusión, interesa aquí hacer un breve recorrido por algunas consideraciones generales, ya que ciertas discusiones acerca del espacio mediático —espacio que sí interesa de manera particular— se han abordado desde esta perspectiva. Sin duda, una de las características en las que se han basado las definiciones de este espacio, es el tipo de prácticas que se desarrollan en él. Es el *uso* lo que identifica a un espacio como público (Segovia, 2007). Es un lugar para la acción (Joseph, 1998).

Si uno recorre las concepciones de los dos modelos clásicos —el espacio público griego y el burgués— se advierte que las prácticas que en ellos se llevan adelante tienen un lugar central en sus definiciones. En el contexto clásico griego, el espacio público, encarnado en la plaza pública, se presenta como el lugar concreto donde los ciudadanos [redunda aclarar una pequeña porción de los habitantes] se congregaban para discutir sobre los asuntos del gobierno de la ciudad. Un espacio, entonces, caracterizado por prácticas políticas, un espacio de diálogo, que en términos ideales tenía como objetivo lograr los mejores fines para la ciudad. Asimismo, el espacio público burgués —el de los salones, los cafés, los pubs— era el lugar de la

palabra, de la argumentación y de la deliberación; un espacio donde se ejercía la crítica racional sobre las acciones políticas de los gobernantes. Como dice Ferry (1995), es la primera institucionalización de una crítica tendiente a racionalizar la dominación política.

A partir de esta descripción sucinta de ambos modelos de espacio público, podemos afirmar entonces que el tipo de prácticas que los caracteriza es la práctica política. Son, en términos ideales, espacios de debate y de diálogo.

Otra característica común que resulta interesante destacar es que en el espacio público se da por sentada la co-presencia de los ciudadanos/individuos que participan de dicho debate. El espacio público supone entonces, además del desarrollo de cierto tipo de prácticas, un lugar compartido para discutir temas comunes.

En principio, habría una vinculación irreductible entre el espacio público y lo político, entre el espacio público y las prácticas de deliberación y argumentación, entre el espacio público y el uso de la razón. Neira (2007) afirma justamente que lo público del espacio es de naturaleza política. Para Vicherat Mattar (2007) el espacio público es aquel vinculado a la vida política, “donde se desarrolla la vida en común, el bien común” (p. 60). Es el espacio donde se forman e intercambian las opiniones acerca de los asuntos políticos.

Caletti (2007) va a plantear que esta concepción de lo público vinculada o incluso derivada directamente de lo político puede concebirse como una perspectiva juricista, pero que este concepto remite también a la noción de visibilidad. Así, incluso dentro de la teoría política, la dicotomía público/privado no sólo alude a lo económico (*oikos*) versus lo político (*polis*) sino también a aquello que es visible y manifiesto frente a lo no-visible, oculto, íntimo. Asociaciones que pueden leerse también en el planteo de Thompson (1998) para quien lo público se vincula con lo abierto y visible; mientras que lo privado, con lo secreto e invisible. “Un acto público es un acto expuesto a la mirada de otros; un acto privado es invisible, un acto realizado secretamente y detrás de puertas cerradas” (p. 168).



Sergio Caletti

Si bien ambas acepciones aparecen fundidas en la concepción de espacio público, Caletti

sostiene que la noción juricista permite seguir distinguiendo con claridad lo público de lo privado, en este sentido, persiste su “capacidad de organizar conceptualmente el espacio social”. En cambio, aquella más asociada al carácter visible de lo público, parece haber perdido esta capacidad organizativa y reenvía tanto a las ideas de opinión pública, control público y publicidad.

Tres nociones a su vez íntimamente relacionadas, lo que dificulta establecer límites claros no sólo entre sí, sino también entre qué forma parte de la esfera pública y qué de la privada. Creemos que es justamente este último sentido, el que resalta la visibilidad, el que permite la irrupción del espacio de lo mediático en la discusión sobre el espacio público.

Antes de pasar al próximo apartado, interesa rescatar una mirada más urbanística, si se quiere, del espacio público. Desde ella, un espacio se define como público por el uso que se hace de él y no por su estatuto jurídico. Supone, entonces, “dominio público, uso social colectivo y diversidad de actividades.

En este sentido, la calidad del espacio público se podrá evaluar sobre todo por la intensidad y la calidad de las relaciones sociales que facilita, por su capacidad de acoger y mezclar distintos grupos y comportamientos” (Segovia, 2007: 23). En él no sólo convergen y se manifiestan posturas y contradicciones políticas sino también sociales y culturales. Así entendido, es el espacio que permite la manifestación de lo diverso.

Carrión (2007) afirma que el espacio público es un *lugar* (en términos de Augé, 1995), ya que puede definirse como lugar de identidad, relacional e histórico. El autor argumenta que el espacio público “le da sentido y forma a la *vida colectiva*, y es el elemento de *representación de la colectividad*” (ib., 83).

Ahora bien, una preocupación que marca a los autores que se ubican dentro de esta perspectiva es el cambio gradual que se viene produciendo en las ciudades y los espacios de la cotidianidad, en el que está incluido el espacio público. Segovia (2007) sostiene que las ciudades se están tornando inabarcables, desconocidas, menos inteligibles y que estas transformaciones son fuente de temores. Con ello, el espacio público -cuya existencia como espacio de encuentro y co-presencia se define como importante para el desarrollo de una comunidad- se torna amenazante.

Esto trae aparejado, según Remedi (citado por la autora), dos consecuencias importantes: la primera supone un cambio en la forma en que se utiliza el cuerpo para relacionarse con la realidad y, en términos del autor, la degradación de la experiencia social-sensual (que ejemplifica a partir de plantear que no es lo mismo ir al estadio que ver el partido televisado); y la segunda, en cierto modo vinculada a la anterior, es “el traslado desde los espacios urbanos a los circuitos mediáticos”. De allí que Segovia afirme que:

“Es sobre todo en los medios masivos de comunicación donde se desenvuelve, para la población, el espacio público” (ib.:18).

### El espacio [público] mediático

La presencia de los medios ha ido modificando y se ha ido consustanciando con las prácticas diarias y rutinarias. Éstos han adquirido un lugar privilegiado en la vida cotidiana, al punto de hablar de una “inconsútil equivalencia” entre ambos espacios –el mediático y el de la “vida de todos los días”-, que no permite distinguir uno del otro, ni las junturas que alguna vez los unieron; tal es el desarrollo de los medios en nuestra contemporaneidad que son ya parte constitutiva de la misma (Silverstone, 1996). Algunos autores hablarán de las sociedades actuales como *mediáticas* o –en términos de Verón (1995)- en *vías de mediatización*, para referirse a esta irrupción de los medios en distintos ámbitos sociales, proceso que se va dando con mayor incidencia en algunos sectores mientras que en otros la presencia e influencia de los medios son menores.

Este proceso ha llevado a repensar la propia noción del espacio público. Ferry (1995) -para quien este espacio excede el de la política- sostiene que hoy se lo puede definir como “el marco ‘mediático’ gracias al cual el dispositivo institucional y tecnológico propio de las sociedades post-industriales es capaz de presentar a un ‘público’ los múltiples aspectos de la vida social” (p. 19).

El concepto de *publicidad* parece tornarse central desde esta postura. Ferry (op. cit.) lo lleva hasta el punto de plantear que una manifestación participa del espacio público cuando se refleja y difunde a un público más amplio, indefinido, gracias a un medio cualquiera. En contraposición –y siempre siguiendo al autor- su mera presencia en una calle o plaza pública no es suficiente hoy para formar parte del espacio de lo público.

La visibilidad de los actos, entonces, aparece como la dimensión que define su carácter de público. Dimensión que, como se veía más arriba, ya había sido contemplada, pero que hoy adquiriría un lugar central en la distinción entre aquello que es público y lo que es privado. Vale la observación de Caletti (2007) de que esta condición de visibilidad no se cumple de una sola manera, sino a partir de diferentes modalidades que dan cuenta de los modos en que la vida social se define a sí misma. Ahora bien, ¿qué características asume este espacio [público] mediático?

En principio es el lugar donde las sociedades se comunican consigo mismas y entre sí. Se dicen así mismas quiénes son. En este sentido, si se asume como público, y si el espacio público ha sido siempre el lugar de autorrepresentación de las sociedades; entonces hoy el espacio mediático es en el que se juega una parte central de esta representación.

En realidad, Caletti (2007) va a sostener que el espacio público siempre estuvo tecnológicamente atravesado y que las tecnologías que lo han cruzado en los distintos momentos han incidido en las formas de autorrepresentación pública.

El espacio público de hoy, cruzado por las tecnologías audiovisuales, está caracterizado por el borramiento de ciertas restricciones que marcaban el dominio de lo público en etapas anteriores: las restricciones de lo emotivo en pos de un uso exclusivo de la razón, la de la subjetividad en pos de la búsqueda constante de la objetividad, y la de las valoraciones de lo particular en pos de lo general (ib.). De allí que la sociedad que se autorrepresenta a partir de estas tecnologías, aparece como una sociedad:

“sectorialmente compuesta, motivacionalmente –y no racionalmente- orientada y sistemáticamente inestable...” (ib.: 244).

Se puede agregar, asimismo, que esta sociedad se autorrepresenta al margen de cualquier idea de destino común. Esto es, se produce un desacople entre las instancias de lo público y lo político (Caletti, 2006). Hay un desplazamiento de la dimensión política por cuestiones más propias de la esfera de lo privado. El espacio de lo público se puebla de asuntos que poco tienen que ver con el futuro en común o con decisiones sobre la vida colectiva.

“La politicidad se debilita, entonces, en cuanto a la composición de los asuntos que devienen públicos” (Caletti, citado en Milani, 2009: 40).

En términos de este corrimiento de lo político como co-constitutivo del espacio público, Ferry va a sostener que hoy estamos en presencia de un “espacio público social” que excede al espacio público político. Este espacio es, para el autor, el “medio privilegiado para la formación de una identidad colectiva” y supera el “umbral natural” de lo que para el espacio público burgués era “digno de comunicación” pública (1995: 20).

Los límites, antes más claros, entre lo público y lo privado se diluyen en este nuevo escenario [mediático] y lo que es de interés público ya no es sólo aquello vinculado a cuestiones políticas, aquello que es producto de un diálogo o debate racional acerca de los asuntos que tienden al bienestar común; sino que la agenda de lo público, lo que adquiere visibilidad, es invadido también por cuestiones vinculadas a la vida [antes] privada de personajes públicos [o no] que rozan más con lo emotivo que con lo racional.

Entonces hasta ahora se ha caracterizado a este espacio mediático –sobre todo a partir de las discusiones que se han suscitado acerca de los cambios en los escenarios públicos dada la presencia de los medios- como un espacio que permite a la sociedad comunicarse consigo misma, compartir una representación de sí misma. Es un espacio donde juega más lo emotivo que lo racional, un espacio que también permite lo particular y no sólo lo general.

Como parte del espacio público social, es donde



se juega la representación de la identidad colectiva. Dos características más de este espacio mediático, fuertemente relacionadas entre sí, son: la *simultaneidad despacializada* y el concebirse como “un espacio *sin* espacio (Thompson (1998).

El desarrollo de los medios permite que la experiencia de la simultaneidad, el hecho de compartir eventos, se haya separado de la condición de compartir un lugar común. Así, el espacio mediático sería una suerte de espacio virtual. Lo que lleva a un último desplazamiento en las propiedades públicas tradicionales.

Corrimiento que se torna un atributo típico de este espacio de los medios: el establecimiento de vínculos y relaciones, el conocimiento y reconocimiento de los otros, ya no necesita de la co-presencia, en términos de un encuentro en un lugar [físico] común.

Este espacio creado a partir de los medios y así caracterizado, da lugar también al fenómeno de la *sociabilidad mediática*, esos vínculos que se crean y/o recrean a través de los medios (Thompson, 1998). Albino Rubim (2001), quien plantea que esta época puede ser pensada como una *edad media*, también asigna al espacio mediático un creciente papel en la sociabilidad contemporánea: parte importante de la experiencia y el conocimiento de la vida, la realidad y el mundo proviene de este tipo de comunicación. El autor habla de la “televidencia” a los fines de nombrar esa vivencia alcanzada merced a la comunicación mediática: una vivencia a distancia, despegada del lugar [a veces no tanto] y sin la necesidad de la presencia física.



Albino Rubim

### Entre el espacio [público] mediático y el confort del living room: un espacio [de reunión] invisible



*Telediario*, el noticiero local de la ciudad de Río Cuarto, invita cotidianamente a los vecinos a congregarse en torno a los sucesos que ocurren en la ciudad [2]. Y tal como sugieren las cifras de los

estudios de audiencia [3], muchos riocuartenses responden a la convocatoria.

Estar informado acerca de lo que sucede en el entorno inmediato, pero también sentir que se comparte un contenido común con los otros vecinos de la ciudad, sostener y renovar los vínculos interpersonales a través de ver a conocidos y allegados en la pantalla del televisor (Grillo, 1999), reforzar el sentimiento de pertenencia a la comunidad local; todos estos son motivos reconocidos por la audiencia que acepta la invitación diaria del noticiero local (Cantú, 2007).

Los consumidores de *Telediario* se reúnen en este espacio que se intenta caracterizar en este último apartado.

En principio, la conceptualización del espacio de autores como De Certeau, Harvey y Massey nos permite pensar en que los espacios son construcciones que se recrean permanentemente merced a las interacciones y prácticas sociales que en ellos se llevan a cabo. En este sentido -y siguiendo a Massey (2005)- la espacialidad es una fuente de nuevas trayectorias, nuevas historias y nuevos espacios. De manera tal que así como el espacio mediático se constituyó -no sólo a partir de la tecnología sino, y en el sentido más interesante de este espacio- por las prácticas que él alberga, éste se convirtió en fuente para nuevos espacios: estos lugares donde se produce la *reunión invisible* (Gheude, 1997), donde la gente se congrega a ver [¿participar de?] lo que sucede en la ciudad, pero desde el living de sus casas.

Este espacio, entonces, surge a partir del espacio mediático del noticiero, se organiza en torno a él, pero por fuera; claramente no es parte de “eso” público que se visibiliza en el noticiero, si bien es lo que le da pie y sustento a su existencia. Los riocuartenses se saben viendo las mismas noticias, en el mismo momento, observando eso que sucede en el espacio mediático, y eso les da la sensación de compartir y de *situarse* en esa reunión de la que son sólo uno de sus participantes.

Claramente, y parafraseando a Massey (2005), *este espacio no es una superficie*, se conforma a partir de un montón de puntos relacionados. Cada punto representa a cada uno de esos receptores así como al propio noticiero [e incluso a quienes protagonizan las noticias de la ciudad], y todos ellos vinculados entre sí. Como las marcas lumínicas en un mapa que unidas conforman una red donde miles de líneas empiezan a cruzarse y a partir de esas trayectorias se va construyendo este *lugar practicado*. El espacio es producto de interrelaciones, y eso claramente, es la argamasa que conforma a éste y que le da sentido.

Ahora, como producto del espacio mediático, participa de algunas de sus características. Este espacio de encuentro tampoco se construye con la co-presencia física de sus participantes. En este espacio los vínculos y relaciones que se establecen, el conocimiento y reconocimiento de los otros, tampoco necesita de esa co-presencia,

en términos de un lugar físico común. Y sin embargo, es sin duda un lugar común, de reunión. Y sin duda, participa de las nuevas formas de sociabilidad.

Por último, compartimos con García Canclini (2010) que estos nuevos espacios –los que se desplazan “del espacio urbano a la teleparticipación”– no deben hacernos “reincidir en la perspectiva histórica lineal, sugerir que las tecnologías comunicativas *sustituyen* la herencia del pasado y las interacciones públicas” (p.265). Con esto estamos afirmando que este espacio que se [re] crea en el momento del consumo del noticiero local, este espacio donde la gente se reúne con sus vecinos, no es el único lugar donde se relacionan ni un lugar privilegiado: este espacio de *reunión invisible* es otro espacio más donde el vínculo con la comunidad se refuerza.

## CONCLUSIONES

La noción de espacio abrió multiplicidad de puertas y sembró, tal vez, más dudas que certezas.

*Nuestro espacio*, es un espacio difícil para pensarlo. Una de las razones se halla quizás, en el hecho de no poder asirlo a ninguna superficie –más allá de que la mera superficie no sea el espacio–, ello lo torna más complejo. El espacio mediático, en un sentido y hasta cierto punto, tiene una plataforma, un sostén, un soporte; al menos se puede observar, a modo de sinécdoque, una parte del espacio –aunque no sea la más importante, pero sí le otorga visibilidad. El espacio al que se refirió este artículo, en cambio, es un espacio puramente construido y sustentado a partir de las interrelaciones entre los televidentes, el noticiero e incluso los protagonistas públicos y/o privados de las noticias. Y si bien los dos últimos son visibles, el espacio donde se produce la reunión es invisible, es incorpóreo, intangible, virtual.

En otras palabras –y jugando con la noción de De Certeau–, es un espacio como tal ya que es creado a partir de prácticas sociales, de interrelaciones, pero que no surge de un “lugar”; este no es un “lugar” que merced a las acciones sociales se transforma en espacio. Está sólo sustentado, creado y recreado a partir de las prácticas comunes y entrelazadas.

Otra fuente de complejidad se produce cuando uno lo observa desde lo público. Desde una perspectiva, claramente no lo es: no es un espacio visible [aunque esté ligado indefectiblemente al noticiero que sí lo es] pero sin embargo, como dice García Canclini (2010), es uno de los lugares desde donde hoy se experimenta lo público. Por otro lado, si como dice Carrión (2007) el espacio público es el que le da sentido y forma a la *vida colectiva*, a este espacio de reunión invisible le cabe ese atributo, ya que tiene su gran razón de ser en la búsqueda del refuerzo del sentido de pertenencia a la comunidad local. De allí, y asumiendo una característica de los nuevos espacios públicos,

sin duda éste es un lugar donde lo emotivo y lo singular tienen un papel central.

Más incertidumbres que certezas pero que son una invitación a seguir pensando y escudriñando los autores que ya han trabajado y discutido está, en sí compleja, noción de espacio. Por el momento, se deberá seguir plasmando a dicho *espacio* de reunión invisible con cursiva, símbolo de estas “dudas razonables” que produce su abordaje.

## BIBLIOGRAFÍA

Albino Rubin, A. (2001). a contemporaneidad como edad-media. En Vassallo de Lopes, M. I. y R. Fuentes Navarro. (comps.) Comunicación. Campo y objeto de estudio. México, Universidad de Guadalajara,.

Caletti, S. (2006). Comunicación y espacio público. Notas para repensar la democracia en la sociedad contemporánea. Buenos Aires, Mimeo.

Caletti, S. (2007). Repensar el espacio de lo público. Un esbozo histórico para situar las relaciones entre medios, política y cultura. En Medios y comunicación. Boletín de la Biblioteca del Congreso de la Nación. Nº 123. Buenos Aires, Págs 195-252.

Cantú, A. (2007). El consumo de informaciones y su articulación en la cotidianeidad de los actores sociales. Tesis de Maestría en Comunicación y Cultura contemporánea, CEA-UNC. Córdoba. Inédita.

Carrión, F. (2007). Espacio público: punto de partida para la alteridad. En Segovia, O. (edit.) Espacios públicos y construcción social. Hacia un ejercicio de ciudadanía. Chile, Ediciones Sur. Págs 79-97.

De Certeau, M. (1996). La invención de lo cotidiano I. Artes de hacer. México, Universidad Iberoamericana.

Ferry, J.M. (1995). Las transformaciones de la publicidad política. En Ferry, J. M.; D. Wolton y otros El nuevo espacio público. Barcelona, Gedisa, Págs 13-27.

García Canclini, N. (2010). Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad. Buenos Aires, Paidós.

Gheude, M. (1997). La reunión invisible. En Veyrat-Masson, I. y D. Dayan (comps.) Espacios públicos en imágenes. Barcelona, Gedisa.

Grillo, M. (1999). Medios, conocidos y allegados. Circuitos de reconocimiento local. En Cronía, Vol. 3, Nº 2, Río Cuarto, UNRC.

Harvey, D. (1998). La condición de la posmodernidad. Investigación sobre los orígenes del cambio cultural. Buenos Aires, Amorrortu Editores.

Joseph, I. (1998). L'espace public comme lieu



de l'action. Consultado el 23 de octubre de 2011. Disponible en <http://www.cdu.urbanisme.developpement-durable.gouv.fr/cdu/DATAS/annales/joseph.htm>

Massey, D. (2005). La filosofía y la política de la especialidad: algunas consideraciones. En Arfuch, L. (comp) Pensar este tiempo. Espacios, afectos, pertenencias. Buenos Aires, Paidós. Págs 101-127.

Milani, M. (2009). La participación del público en los medios entre la construcción De espacios y el encuentro con otros. Tesis de Maestría en Comunicación y Cultura Contemporánea. CEA-UNC. Córdoba. Inédita.

Neira, H. (2007). La naturaleza del espacio público. Una visión desde la filosofía. En Segovia, O. (edit.) Espacios públicos y construcción social. Hacia un ejercicio De ciudadanía. Chile, Ediciones Sur, Págs 29-40.

Rusconi, C. (2009).El noticiero televisivo como nuevo espacio público. Tesis de Maestría en Comunicación y Cultura contemporánea, CEA-UNC. Córdoba. Inédita.

Segovia, O. (2007).Espacios públicos urbanos y construcción social: una relación De correspondencia. En Segovia, O. (edit.) Espacios públicos y construcción social. Hacia un ejercicio de ciudadanía. Chile, Ediciones Sur, Págs 15-28,

Silverstone, R. (1996). Televisión y vida cotidiana. Buenos Aires, Amorrortu Editores.

Thompson, J. B. (1998). Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación. Barcelona, Paidós.

Verón, E. (1995).Interfaces. Sobre la democracia audiovisual evolucionada. En Ferry, J. M.; D. Wolton y otros El nuevo espacio público. Barcelona, Gedisa, Págs 124- 139.

Vicherat Mattar, D. (2007).¿Qué tienen en común la identidad, el espacio público y la democracia? Algunas reflexiones sobre los conceptos. En Segovia, O. (edit.)

Espacios públicos y construcción social. Hacia un ejercicio de ciudadanía. Chile, Ediciones Sur, Págs 57-68.

## NOTAS

[1] Según datos de los estudios de audiencias locales que se realizan de manera periódica desde 1996 por el equipo de investigación dirigido por la Dra. Grillo.

[2] Es importante resaltar dos cuestiones acerca de este noticiero: los discursos de *Telediario* favorecen la noción de que su audiencia está conformada por "los vecinos" de Río Cuarto -de allí que usemos tal expresión- y segundo, la gran mayoría de las noticias que emite son del orden

local. (ver Rusconi, 2009)

[3] Llevados adelante desde 1996 y de manera periódica por el equipo de investigación de la Dra. Mabel Grillo, Dpto. Ciencias de la Comunicación-CICOM, UNRC.

## Para citar este artículo:

Cantú, Ariadna Laura (2013). NUEVOS ESPACIOS PÚBLICOS: El consumo de noticias locales como lugar de encuentro. Revista Luciérnaga, Año 5, N9. Grupo de Investigación en Comunicación, Facultad de Comunicación Audiovisual, Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid. Medellín-Colombia. ISSN 2027-1557. Págs. 69-77.