



**UNIVERSIDAD DEL SALVADOR**

*Facultad de Ciencias de la Educación y de la Comunicación Social  
Licenciatura en Periodismo*

**Trabajo Final de Licenciatura: Estudio de caso**

# MUERTE EN DIRECTO

Espectacularización del intento de suicidio  
en vivo desde los estudios de Crónica TV

**Alumna:** María Cecilia Makara  
**Director de la Carrera:** Prof. Dr. Daniel Sinópoli  
**Fecha:** 4 de octubre de 2004

E-mail: [ceciliamakara@yahoo.com.ar](mailto:ceciliamakara@yahoo.com.ar) - Tel: 4775-3342 / 15-5004-7179

***“El ejercicio del periodismo tiene sólo dos límites.***

***Uno es horizontal y lo fija la ley.***

***El otro es vertical y lo establece la moral”.***

***Joaquín Morales Solá***

***“La hora de la autocrítica”***

***Diario La Nación, Enfoques, 29/09/02***



USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR

## INDICE:

<b>1) Introducción.....</b>	<b>5</b>
<b>2) El contexto socio-económico.....</b>	<b>8</b>
<b>3) El intento de suicidio y su transmisión.....</b>	<b>10</b>
Consideraciones previas.....	10
Análisis de la emisión.....	13
<b>4) La audiencia, medida del valor.....</b>	<b>40</b>
Qué es audiencia.....	40
Influencia de la televisión y mediadores.....	40
Seducir a la audiencia.....	41
Crónica TV: curva de audiencia.....	42
Rechazo de la audiencia.....	44
Análisis económico y audiencia.....	44
Alfabetizar a la audiencia.....	45
<b>5) Causa judicial contra Crónica TV.....</b>	<b>46</b>
Instigación al suicidio.....	49
<b>6) El COMFER.....</b>	<b>51</b>
<b>7) Repercusión en prensa gráfica.....</b>	<b>55</b>
<b>8) Resultados del estudio.....</b>	<b>57</b>
<b>Bibliografía consultada.....</b>	<b>61</b>
<b>Apéndice I.....</b>	<b>63</b>
Apertura del caso por parte del Juez de Instrucción.....	66
Imputación del Fiscal.....	69
Acta Comisaría 5ta.....	72

Declaración de Víctor Hugo Castillo.....	76
Descargo de Héctor Ricardo García.....	80
Resolución del Juez.....	83
<b>Apéndice II.....</b>	<b>90</b>
Gacetilla de prensa del COMFER.....	91
Resolución 609/2001.....	92
Decreto 2362/2002.....	102
Resolución 314/2004 (Programa Televisivo).....	105



USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR

## 1. INTRODUCCIÓN

Prender la televisión y encontrarse con un primer plano de un hombre con un arma en la boca que amenaza con quitarse la vida puede sobresaltarnos. Quizás no tanto si rápidamente identificamos la escena con una película de suspenso, pero será definitivamente perturbador si se trata de una imagen emitida por un canal de noticias. Si además esa transmisión dura más de dos horas como en este caso, estamos frente a un hecho que merece cierto análisis y detenimiento.

El caso cobra aun mayor significación si se tiene en cuenta el impacto que la crisis económica causó en la sociedad argentina desde fines del 2001. En ese contexto, cuando la vivencia cotidiana era el desconcierto social, político y económico, el rol de los medios cobró un protagonismo distinto, erigiéndose como único interlocutor válido entre la realidad y su audiencia. Los medios, sobre todo los televisivos, con sus virtudes de instantaneidad, verosimilitud y alta fidelidad, mostraban la realidad. La evidencia visual era veraz, quizás más veraz que nunca, ante la falta de otras voces creíbles.

Un hombre desesperado por un problema personal se acerca a un canal con un revolver y amenaza con quitarse la vida si no le permiten salir al aire y contar su drama. Muchas decisiones se toman a partir de ese momento. Primero, claro, ponerlo en el aire o no. Pero luego, la cuestión se plantea en torno a cómo se cuenta la historia. Y la decisión de seguir contando y de seguir haciéndolo de cierta manera.

El que se trate de Crónica TV y no de otro canal, es un punto a resaltar. Según las mediciones de audiencia de IBOPE, en febrero de 2002, cuando se transmite este caso, este canal era el segundo más visto de los canales de cable, después del Cartoon Network (ver página 7).

Crónica TV es un canal que transmite noticias las 24 horas, en su mayoría en vivo y desde el lugar donde acontecen los hechos. Quizás lo más peculiar en este caso es que la “noticia” tuvo lugar en el mismo canal, en su hall de entrada; fue el protagonista quien se trasladó hasta el canal y no el medio el que salió en busca de una noticia a cubrir.

El objetivo de este trabajo es intentar descubrir en primer lugar cómo reaccionó el canal ante el intento de suicidio, cómo transmitió el hecho; ¿priorizó el evitar que el suicidio se llevara a cabo o dramatizar el relato? ¿Informó u ofreció un espectáculo? En uno y otro caso, ¿qué recursos utilizó?

Se analizará cómo el canal relató el hecho, cómo estructuró el texto televisivo, cómo recreó la realidad el lenguaje audiovisual, qué recursos verbales/no verbales y discursivos (visuales, gráficos y sonoros) se utilizaron y cómo.

Surgen interrogantes como por qué el canal decidió transmitir el intento de suicidio y cómo lo hizo. ¿Qué hizo el canal desde que comenzó la transmisión hasta que concluyó? ¿Cómo influyó, si lo hizo, en la decisión de aquel hombre en dispararse? ¿Qué hubiera pasado si el canal decidía cortar la transmisión? ¿Fue irresponsable o poco ético? ¿Fue un intento por “mostrar la realidad tal cual es”? ¿La cámara fue testigo o intrusa?

En segundo lugar, se analizará cómo reaccionaron distintos actores ante la transmisión. Esos actores, que participaron en mayor o menor medida y en distintos momentos, serán: la audiencia, los organismos de control y medios periodísticos.

¿Encontró algún límite el canal para la emisión de este caso? Un juez y el COMFER se comunicaron con el canal. ¿Cómo intervinieron? ¿Qué consecuencias hubo para el canal? ¿Hubo alguna sanción? Si la hubo, ¿de qué tipo fue? ¿Fue suficiente?

¿Cómo reaccionó la audiencia ante esta emisión? ¿Tiene alguna correlación su reacción con respecto a la estructura del texto televisivo? ¿Se la informó? ¿Vale todo para ganar rating? ¿Es posible estimar el impacto que este caso pudo tener en la audiencia? ¿Qué pasa con los grupos de riesgo? ¿Pudo ser un disparador para que personas con características psicológicas particulares decidieran cometer suicidio?

Es infinita la cantidad de preguntas que podrían hacerse sobre este caso, sin embargo, el presente trabajo pretende analizar los distintos roles de los actores de este caso, y evaluar motivaciones, acciones, consecuencias y responsabilidades.

Para lograr ese objetivo es que se realizará un análisis descriptivo de las dos horas de emisión de ese canal de cable. Se tomarán en consideración: a los sujetos e interacciones, a los textos verbales y no verbales, la historia (sus fragmentos y estructura), puesta en escena.

Se realizará un análisis de las curvas de audiencia, del caso judicial contra Crónica TV (a partir de la lectura del expediente), del rol del COMFER (a partir de información brindada por ese organismo en referencia a los expedientes abiertos por este caso) y por último el tratamiento que la cobertura de este intento de suicidio por parte de Crónica TV tuvo en la prensa gráfica.

**COMPORTAMIENTO DE LAS SEÑALES DE CABLE**

**DÍAS: LUNES A DOMINGO**

**PERÍODO: 01/02/02 a**

**28/02/02**

			06:00	12:00
			05:59	23:59
1	Cartoon Network	rat%	0,94	1,09
2	Cronica TV	rat%	0,93	0,99
3	Cinecanal	rat%	0,65	0,78
4	Todo Noticias	rat%	0,59	0,59
5	Fox Kids	rat%	0,53	0,76
6	Space	rat%	0,53	0,66
7	Nickelodeon	rat%	0,51	0,68
8	TNT	rat%	0,46	0,61
9	26 TV	rat%	0,44	0,43
10	T y C Sports	rat%	0,41	0,65
11	ISAT	rat%	0,41	0,49
12	Canal FOX	rat%	0,39	0,44
13	Utilisima Satelital	rat%	0,31	0,37
14	The Film Zone	rat%	0,28	0,26
15	Hallmark	rat%	0,27	0,34
16	Volver	rat%	0,27	0,32
17	MTV Latino	rat%	0,25	0,33
18	Discovery Kids	rat%	0,25	0,28
19	FOX Sports	rat%	0,23	0,36
20	Much Music	rat%	0,23	0,29

(Fuente Ibope)

## 2. EL CONTEXTO SOCIO-ECONÓMICO

La emisión del intento de suicidio por parte de Crónica TV tiene lugar en un momento de profunda crisis económica, política y social del país. Hacia fines de diciembre renunciaba el Ministro de Economía, Domingo Cavallo, y todo el gabinete, en medio de manifestaciones y saqueos en todo el país. Pese al estado de sitio que el presidente De la Rúa había declarado, el descontrol social continuó y hubo enfrentamientos entre manifestantes y policías en distintas ciudades. La violencia social llegó a niveles incontrolables.

Los medios hablaban de: estallido social, descomposición política, recesión, destrucción de empleos, gobierno sin poder, cacerolazos, la salida de la convertibilidad, bloqueo de sueldos, clima de conmoción, hipertensión social, honda crisis social, una Argentina conmocionada, el FMI, cesación de pagos, Wall Street y el default, el riesgo país, los vaivenes de la Bolsa, cóctel explosivo, delirio de saqueo, pesificación, piqueteros, ataques a bancos, suba de precios.

De la Rúa renunció el 20 de diciembre y el desconcierto creció. Las indecisiones políticas eran eje de las miradas, y al mismo tiempo la crisis social se hacía más evidente. El cargo de presidente fue ocupado por Ramón Puerta, Adolfo Rodríguez Saá, Eduardo Caamaño, hasta que el 2 de enero, Eduardo Duhalde asumió como presidente de la nación, nombrado por la Asamblea Legislativa.

Estos fueron los titulares centrales de tapa del diario La Nación, los días previos al intento de suicidio transmitido por Crónica TV:

- Debutó el nuevo corralito con incidentes y mucha confusión (24/01/02)
- Exceptúan del corralito bancario a enfermos, ancianos e indemnizados (25/01/02)
- Masivo cacerolazo nacional contra el corralito bancario (26/01/02)
- El Gobierno quiere anunciar el sábado el plan económico (27/01/02)
- Inicia hoy Ruckauf una misión clave en los EE.UU. (28/01/02)
- El BID y el Banco Mundial enviarán de inmediato US\$2000 millones (29/01/02)
- EE.UU. ratificó su apoyo, pero exige “decisiones correctas” (30/01/02)
- Corralito: advierte el FMI que debe flexibilizarse con límites (31/01/02)
- Pesificarán a 1,20 deudas con bancos de más de US\$100.000 (1/02/02)
- La Corte falló contra el corralito, Duhalde advirtió que peligran todos los ahorros (2/02/02)



Estos fueron los titulares centrales de tapa del diario Clarín, del mismo período:

- Las deudas no bancarias, con beneficios (24/01/02)
- Gobernadores del PJ avalan el ajuste (25/01/02)
- La protesta fue masiva y hubo incidentes (26/01/02)
- EE.UU. reclama definiciones (27/01/02)
- Ruckauf inicia hoy una gestión clave en EE.UU. (28/01/02)
- Se acelera la ayuda externa para el país (29/01/02)
- Duhalde le pidió a Bush ayuda urgente (30/01/02)
- Discuten con el FMI cómo liberar el dólar (31/01/02)
- Pesificarán a 1,20 deudas y a 1,40 depósitos (1/02/02)
- La Corte trabó las medidas y Duhalde replicó con dureza (2/02/02)

En este contexto, los medios de comunicación ocuparon un lugar de credibilidad indiscutida. Ante el caos social y político, la televisión ocupó un espacio crítico:

“En el momento de mayor crisis de la representatividad política en la Argentina, a finales de 2001, fue la televisión la abanderada en el rechazo sin matices de los políticos. Sorprendía, por ejemplo, ver a Jorge Rial y a Fabián Gianola, en general dedicados a menesteres más frívolos, calificar con insultos gruesos las actitudes y acciones de los gobernantes. La época resultaba adecuada para ocupar lugares vacíos. **La imagen televisiva era la verdad frente a la realidad de la devolución de los depósitos en pesos, en el mejor de los casos. La única verdad es la tele.** Todo muestra que en el contexto de la pesadilla argentina, lo virtual se convierte en realidad. El hambre es más hambre con Barbarita en el programa de Jorge Lanata y las inundaciones resultan más intensas con los movileros dentro del agua, la inseguridad es un axioma irrefutable en Crónica TV y Canal 9, alrededor del cual unos obran por acumulación de imágenes y los otros por énfasis discursivo.”<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> MAYER, Marcos, “La era del homo zapping”, *Diario Clarín, Revista Ñ, Debates*, Buenos Aires, Sábado 10/07/04.

### 3. EL INTENTO DE SUICIDIO Y SU TRANSMISIÓN

#### CONSIDERACIONES PREVIAS

Para poder analizar la emisión en cuestión, es indispensable tener en cuenta algunos conceptos de televisión en general y televisión en directo en particular.

La televisión es un “sistema de representación de toda la realidad. Por ello, la televisión está llamada a completar un vacío que la industria de la cultura no había aún integrado: la dimensión de lo visible en la cotidianidad del espectador”.<sup>2</sup> Como no podemos conocer el mundo que nos rodea por nuestros propios medios, la televisión nos lo acerca, con cada vez menos limitaciones. Claro está, la televisión elige qué mostrarnos y cómo hacerlo.

“La televisión no es la ventana del mundo sino el texto (la palabra y la escena transformadas en narración) visto por la ventana estrecha de la pantalla”.<sup>3</sup> Esta selección es una *interpretación*, que varía según distintos factores que indefectiblemente están presentes en la elaboración de las noticias (algunos de dichos factores serán analizados en el capítulo “La audiencia, medida del valor”).

La idea de “ventana a la realidad” supone que “las noticias pueden englobar el mundo de manera factual e imparcial: recientemente se han podido observar cosas equivocadas, pero éste es un problema que puede ser corregido con ajustes en la orientación y el contenido, proporcionando acceso a hechos diferentes o sustituyendo con trivialidades lo ‘serio’”.<sup>4</sup>

Aunque pensemos que la televisión busca noblemente reflejar la realidad, afirmación no sólo cuestionada, sino ampliamente rebatida, lo cierto es que “las noticias que nos dan no es el reflejo de lo que sucede sino el procesamiento y la manufactura de un acontecimiento”.<sup>5</sup>

El término “manipulación” se define entonces como “un tratamiento particular de la información orientado a la reorganización de los contenidos y de la expresión formal”.<sup>6</sup> Existe una alteración en la estructura de la información, pero no necesariamente una alteración en su significado original.

El medio moldea la información y crea un producto que es ofrecido a la audiencia. Pone de sí, deja su impresión, aunque no siempre de manera explícita. “La manera en que (los

---

<sup>2</sup> VILCHES, Lorenzo, *La televisión*, Paidós, Barcelona, 1ra edición, 1993, pg 91.

<sup>3</sup> VILCHES, Lorenzo, *Manipulación de la información televisiva*, Paidós, Barcelona, 2da edición, 1995, pg 14.

<sup>4</sup> LANGER, John, *La televisión sensacionalista*, Paidós, Barcelona, 2000, pg. 16.

<sup>5</sup> VILCHES, Lorenzo, *La televisión*, Ob. Cit., pg 133.

<sup>6</sup> VILCHES, Lorenzo, *Manipulación de la información televisiva*, Ob. Cit., pg 22.

medios) presentan las noticias, ya sea que las ‘salpiquen’ o las escondan, el lenguaje emotivo que usan para presentarlas, y el punto de vista que ofrecen, son factores mucho más importantes que el comentario editorial”.<sup>7</sup>

La televisión tiene varias “virtudes” implícitas, como instantaneidad, verosimilitud y alta fidelidad gracias a la veracidad que brinda la evidencia visual. Estas virtudes la legitiman y por lo tanto resulta impensable para gran parte de la audiencia analizar, y mucho menos cuestionar, el contenido de la televisión.

“En nuestra cultura electrónica, es fundamentalmente la imagen televisiva la que confirma la verdad de los hechos”<sup>8</sup>. Es muy común escuchar “lo vi en la tele”, como una prueba de veracidad. Si lo dijo “la tele”, debe ser verdad, no sólo porque proviene de un lugar que se autocalifica de reflejo de la realidad, sino porque privilegia aquello que es más valorado en nuestra cultura: la imagen.

Sin embargo, es posible identificar algunas tendencias en el contenido de la televisión. La forma en que algunos tipos de noticias predominan y parecen ocupar en forma invasiva el espacio televisivo sugiere que no se trata de un hecho aleatorio, sino que responde a una lógica.

Jerry Mander señala una serie de desviaciones propias del contenido de la televisión, y así menciona, entre otras, las siguientes<sup>9</sup>:

- a) La guerra es programación más destacada que la paz. Está llena de momentos espectaculares, contiene acción y resolución, y transmite una emoción poderosa: el miedo.
- b) La superficialidad es más fácil que la profundidad.
- c) Los sentimientos de conflicto, y su corporización en acciones, funcionan mejor en televisión que los sentimientos de conformidad, que se corporizan en la calma y la unidad. El conflicto es externo, la conformidad es interna, y así esta última es menos visible que el primero.

---

<sup>7</sup> YOUNG, K. y otros, *La opinión pública y la propaganda*, Paidós, México, 3º reimpresión, 1991, pg 80.

<sup>8</sup> REQUENA, Jesús González, *El discurso televisivo: espectáculo de la posmodernidad*, Ediciones Cátedra, Madrid, 1992, pg 83.

<sup>9</sup> MANDER, Jerry, *Cuatro buenas razones para eliminar la televisión*, Editorial Gedisa, México, 1ra reimpresión, 1984, pg 336-340.

- d) Lo cercano es más fácil de televisar que lo distante. Lo grande es más fácil que lo pequeño.
- e) Lo extravagante y lo grotesco siempre logran más atención en televisión que lo común y habitual.
- f) La expresión siempre es más fácil que el sentimiento, y así el llorar es mejor que la tristeza.
- g) La cantidad es más fácil que la cualidad.
- h) Lo finito es más fácil que lo infinito.
- i) La muerte es más fácil que la vida. Es específica, concentrada, destacada, fijada, resuelta y tiene sentido fuera de contexto. La vida, por su parte, es fluida, ambigua, se desarrolla como proceso, es compleja, tiene muchos niveles, es sensorial y es intuitiva.

La televisión tiende a destacar el suspenso, la expectación, el conflicto y la pasión, elementos que intentan cautivar la mirada del espectador, seducirlo, exigiendo de él un mínimo de esfuerzo, porque el espectáculo es inmediatamente accesible; es permanente, cotidiano y omnipresente.

“El espectáculo consiste en la puesta en relación de dos factores: una determinada actividad que se ofrece y un determinado sujeto que la contempla”<sup>10</sup>. Hay cierta distancia, por lo que se excluye la intimidad y se privilegia el *extrañamiento*. La vista es el sentido fundamental sobre el que el sujeto se constituye en espectador. “Una mirada, una distancia, un cuerpo que se exhibe afirmado como imagen que fascina. He aquí, entonces, los elementos necesarios para una situación de seducción. Pues lo que pretende el cuerpo que se exhibe es *seducir*, es decir, atraer –apropiarse– de la mirada deseante del otro”.<sup>11</sup>

El espectáculo es la realización de la operación de seducción.

Inclusive en cuanto a programas informativos, “el atractivo espectacular (es decir, la capacidad potencial de satisfacer el deseo escópico del espectador) es una variable extrainformativa de la noticia que influye de manera notable en ésta”<sup>12</sup>. En innumerables

---

<sup>10</sup> REQUENA, Jesús González, Ob. Cit., pg 55.

<sup>11</sup> Ibidem, pg 59.

<sup>12</sup> Ibidem, pg 94.