



UNIVERSIDAD
DE LA REPÚBLICA
URUGUAY



Universidad de la República

Facultad de Psicología

Trabajo Final de Grado

La salud “en el aire”

Una mirada de la televisión desde la Salud Pública y el Desarrollo a
Escala Humana

Jonathan Aramis Bertalmío

4551765-0

Montevideo - Uruguay

Febrero 2015

Tutora Prof. Adj. Ps. Julia Perea

ÍNDICE

Resumen	3
introducción	4
Objetivo	6
Marco Conceptual	6
1. Desarrollo a escala humana y necesidades humanas fundamentales	7
1.1. Desarrollo a escala humana	7
1.2. Las tecnologías de comunicación en un desarrollo a escala humana	12
1.3. Necesidades humanas fundamentales	15
1.4. Tipos de satisfactores y la TV	19
2. La Televisión. Algunos de sus contenidos	23
2.1. Medios de comunicación en Uruguay	23
1.1. El consumo de TV	23
1.2. El Estado y las frecuencias radioeléctricas	24
2.2. El noticiero televisivo	25
2.1. El noticiero televisivo y la violencia	26
2.2 La narrativa policial	31
2.3. La publicidad	34
Conclusiones	38
Referencias Bibliográficas	42

RESUMEN

La presente monografía corresponde al trabajo final de grado de la licenciatura en Psicología. Es una compilación bibliográfica que tiene como objetivo hacer dialogar el concepto de desarrollo a escala humana propuesto por Max Neef con conceptos de diversos autores que analizan los Medios de Comunicación. Se intentará problematizar acerca del rol que deben tener las políticas de salud pública ante algunos contenidos de los medios de comunicación, pensando a estos últimos como herramientas fundamentales para la promoción y prevención de la salud.

Desde el texto “Desarrollo a escala humana” de Max Neef, tomaremos dos conceptos claves. Uno el de “desarrollo a escala humana” y el otro de “necesidades humanas fundamentales”, con la finalidad de poder pensar acerca del desarrollo humano desde un modelo alternativo al economicista, y problematizar lo que ocurre a la salud pública con respecto a algunos contenidos de la TV abierta.

Para esto analizaremos dos de los contenidos emitidos diariamente por la TV abierta: los noticieros (por ser la principal fuente de información) y la publicidad (por ser la principal fuente de ingresos y sustento de los medios)

Desde la definición del concepto “satisfactores” de Max Neef, vamos a pensar como algunos de los contenidos de la TV pueden ser destructores o inhibidores de ciertas necesidades humanas fundamentales. Esto con la finalidad de poder pensar el vínculo que hay entre dos planos políticos que parecieran no tener muchos aspectos en común: la salud pública y los medios de comunicación.

Palabras clave: Salud, desarrollo, necesidades humanas fundamentales, medios de comunicación.

INTRODUCCIÓN

Este trabajo surge de la unión de dos intereses personales, la salud, que es un área importante que nos compete tanto a los psicólogos como a todos los integrantes de la sociedad, y los medios de comunicación, sus lenguajes, sus canales y su relevancia en la vida contemporánea.

Soy de la generación que creció con democracia y con la TV color. Me asombro del gran desarrollo tecnológico pero mucho más de las tecnologías de la información. Por momentos me pregunto ¿que rol tienen en nuestras vidas? O ¿utilizamos las tecnologías como herramienta o pasamos a depender de ella? Por momentos al ver la TV me quedo con la impresión que hay cosas que quizás no colaboran a la convivencia social, pero fundamentalmente, me parece a veces que sería bueno pensar esto desde la salud pública. De ahí el interés de este trabajo.

Durante el año 2012 la Dirección Nacional de Telecomunicaciones (Dinatel) realizó una investigación para visualizar como es el consumo de TV en Uruguay con el motivo de aportar información para pensar políticas públicas con respecto a los medios de comunicación. (Alonzo, 2003) Esto arrojó datos que permiten comprender el valor que tienen los medios de comunicación en nuestro país, mostrando un notable consumo de TV abierta por parte de la gente y una importante preferencia al genero “noticiero” asumida como la fundamental fuente de información en la población.

Más allá de la TV como aparato, como un bien a decir de Max Neef (1986), nos preguntamos en este trabajo sobre los contenidos que ésta proporciona porque aquí es donde habitan los mensajes que recibirá el receptor. Estos contenidos son siempre editados por alguien que tiene la intención de dejar su opinión sobre algún tema determinado. Estudiar los contenidos es importante al momento de analizar un medio de comunicación, y la tarea de elaborarlos por parte de los productores conlleva una importante responsabilidad con la sociedad, debido la gran repercusión que tiene en los sujetos de las sociedades contemporáneas (Baudillard, 1978)

Los contenidos dependen de los medios de comunicación que los produzca, de sus intenciones, y de la manera en que cada medio obtiene los recursos económicos para

subsistir (Bourdieu, 2010). Estos recursos en los medios privados vienen de la publicidad (Bourdieu, 2010).

Los medios de comunicación y en especial la TV son determinantes importantes de la subjetividad que se construye diariamente y de la producción de opinión en el imaginario de las sociedades contemporáneas (Baudillard, 1978). La TV ha recurrido en su historia por ejemplo a fomentar el miedo para intereses diversos, como pueden ser la venta de un servicio de seguridad, o la promoción de un incidente bélico en el mundo (Baudillard, 1978)

El noticiero de TV es la fuente de información más consultada y la publicidad es el recurso fundamental con que se sustentan dichos contenidos (Bourdieu, 2010).

¿Que pasaría con estos contenidos si detectáramos que son un factor de riesgo para la salud? ¿Sería entonces una problemática para ser atendida por la salud pública?

La regulación de los medios de comunicación y sus contenidos tiene que ver con las políticas públicas y con el posicionamiento ideológico que el estado tiene sobre estos asuntos. El mercado es el que regula las acciones de los medios de comunicación pero ante un estado que lo permite.

Manfred Max Neef se refiere en su teoría de Desarrollo a Escala Humana (1986) a como las políticas públicas implementadas por los estados determinan la salud de las poblaciones, y profundiza en diversas concepciones de desarrollo que se aplicaron en América Latina.

Desarrolla la idea de que las políticas públicas que se aplican en América Latina están focalizadas desde el desarrollo económico, pensando al desarrollo humano como una consecuencia de estas políticas económicas.

Para Faraone (1998) el estado es el prestador y dueño de las frecuencias que utilizan los medios de comunicación, por lo que forma parte de los roles del estado salvaguardar la responsable utilización de estas frecuencias.

¿Que rol cumplen para las políticas de salud pública la TV y los medios de comunicación? Es decir, ¿se visualizan estos aparatos como un posible espacio para promocionar la

salud?

Max Neef (1986) va a proponer un pensamiento que muestra como la salud depende en gran escala de los factores subjetivos y políticos, y este nos dará la posibilidad de pensar sobre los riesgos a la salud pública que pueden existir en algunos contenidos de la TV abierta que hoy día no logramos visualizar de esta manera.

OBJETIVO

Esta monografía tiene como objetivo hacer dialogar el concepto de desarrollo a escala humana propuesto por Max Neef con conceptos de diversos autores que analizan los Medios de Comunicación. Se intentará problematizar acerca del rol que deben tener las políticas de salud pública ante algunos contenidos de los medios de comunicación, pensando a estos últimos como herramientas fundamentales para la promoción y prevención de la salud.

MARCO CONCEPTUAL

Nos introduciremos en la teoría de Max Neef de Desarrollo a Escala Humana para encontrar una línea de pensamiento que nos ayude a pensar sobre los medios de comunicación. Desarrollaremos conceptos como el de las necesidades humanas fundamentales que nos ayudaran a comprender que factores de riesgo habitan en algunos contenidos de la TV.

1. Desarrollo a escala humana y necesidades humanas fundamentales.

1. 1. Desarrollo a escala humana

A modo de resumen, el desarrollo a escala humana se sustenta en:

- La satisfacción de necesidades humanas fundamentales
- La articulación de los seres humanos con la naturaleza, con su entorno social y con el estado.
- La creación de mecanismos de auto dependencia (Max Neef, 1986)

El autor opina que el desarrollo refiere a las personas y no a los objetos. Para él el desarrollo sera aquel que contribuya a mejorar cada vez más la calidad de vida de las personas, y esta calidad de vida dependerá de las posibilidades que tenga la gente de satisfacer sus necesidades humanas fundamentales. (Max Neef, 1986)

Max Neef, al entrar en el concepto de desarrollo a escala humana, nos introduce en la problemática de la crisis Latinoamericana (Max Neef, 1986, p9)

Tiene sentido porque Latinoamérica arrastra con problemas serios de desarrollo respecto a las naciones de los llamados países desarrollados, ya que hasta hoy perduran las consecuencias del arrebato a sangre de sus culturas originarias y de su identidad autóctona. (Galeano,1990)

Esto ha desembocado en una búsqueda por parte de las naciones latino americanas en construir nuevos caminos de desarrollo y políticas sociales acordes con su región y su realidad política.

Max Neef interpretará estas consecuencias políticas y económicas como un determinante negativo en la salud de la población latinoamericana.

Del proceso de crisis latinoamericana durante el último siglo, Max Neef opina que consiste en una crisis económica, social y política:

“...en lo político, la crisis se ve agudizada por la **ineficiencia** de las instituciones políticas representativas **frente a la acción de poder de elites financieros** (...), contribuye también a la configuración de un universo político **carente de fundamento ético** (...); en lo social, la creciente fragmentación de identidades socioculturales, la falta de integración (...) entre movimientos sociales, la **creciente exclusión social y el empobrecimiento de grandes masas** (...); en lo económico el sistema de dominación sufre actualmente cambios profundos, donde incide de manera sustancial la mundialización de la economía, **el auge financiero con su enorme poder contratador**, y los múltiples efectos de las sucesivas oleadas tecnológicas en los patrones de producción y consumo (...)” (Max Neef 1986) (Subrayado mio)

Max Neef refiere entre otras cosas al poder de las fuerzas de mercado y a la promoción de los patrones de consumo en América. Menciona el “auge del poder financiero con su enorme poder contratador”.

En la historia reciente de nuestra región tenemos el ejemplo de las crisis económicas del 2001. Estas trajeron un gran aumento del número de excluidos, la expansión de la miseria y el hambre, el desempleo, y llevaron a los países del río de la plata a alcanzar niveles de pobreza históricos. (Solanas, 2004).

El Uruguay y la Argentina son ejemplo de aplicaciones de políticas de estado que basaron su desarrollo económico durante la década de los 90 en la privatización y entrega de las empresas públicas a grandes corporaciones multinacionales (Solanas, 2004).

El poder contratador de las multinacionales define el gran abanico de productos de consumo que tenemos a mano en nuestra cultura.

Los servicios de medios de comunicación no están por fuera de lo que las lógicas del mercado propone, sino más bien están siendo promotores de las pautas de consumo que le son impuestas por el mercado. “El grado de autonomía de un medio se mide por la parte de sus ingresos que proviene de la publicidad...” (Bourdieu, 2010, p. 103)

Lo que Guatari (2004) define como el Capitalismo Mundial Integrado es esa lógica que determina las redes comerciales del planeta hoy día, que se hacen pasar por desarrollo humano, pero como vimos no es más que una lógica consumista, “lo esencial de su expresión reside actualmente en las nuevas actividades que pretende sobre codificar y controlar”.(Guatari, 2004, p.57)

Una de las características del CMI es que atenta contra las culturas minoritarias y de las regiones dominadas, porque su intención es homogeneizar globalmente para adaptar los mercados a las reglas de juego internacionales. “El Capitalismo mundial integrado (CMI) no respeta las territorialidades existentes; tampoco respeta los modos de vida tradicionales, como los de la organización social de aquellos conjuntos nacionales que parecen hoy en día firmemente establecidos”. (Guatari, 2004, p57)

Dice Max Neef (1986) que “solo un enfoque transdisciplinario nos permite comprender, de que manera la política, la economía, y la salud han convergido hacia una encrucijada” (p. 24).

Si la salud esta fuertemente vinculada con la política, nos podemos preguntar entonces : ¿puede ser entendida la destrucción de culturas minoritarias como un atentado a la salud publica?

El modelo de desarrollo a escala humana se refiere **a las personas y no a los objetos**, y por eso el mejor proceso de desarrollo sera aquel que permita elevar más la calidad de vida de las personas. La calidad de vida dependerá siempre de las capacidades que tenga la población de satisfacer las necesidades humanas fundamentales (Max Neef, 1986).

El autor pone el problema de la salud en clave de las políticas de desarrollo que devienen en América Latina, lo cual abre el campo de pensar la salud sobre otros terrenos antes no explorados.

Para él el “desarrollo” de América Latina ha transitado por dos modelos que los definirá

como: el “desarrollismo” y el “monetarismo neoliberal”.

A grandes rasgos define el desarrollismo como un período donde emergen instituciones internacionales de planificación y se “impulsan políticas que promueven la industrialización” (Max Neef, 1986). Se desarrollan las políticas bancarias y se aspira a un movimiento demográfico en naciones americanas predominantemente rurales. Aquí intervienen organizaciones económicas internacionales que tienen la intencionalidad de industrializar la región latino americana como el BID y la Cepal. (Max Neef, 1986)

El siguiente modelo entonces que nos interesa puntualmente es, el neo liberal monetarista. “Si el desarrollismo fue generador de pensamiento, el monetarismo ha sido fabricante de recetas” (Max Neef, 1986).

Este desarrollo se sustentó en regímenes dictatoriales en gran parte y en regímenes latinoamericanos neoliberales. Desde esta visión entonces, la definición de “desarrollo” gravita exclusivamente en el marco de la competencia de mercado y el desarrollo económico financiero. Considera que es la promoción de la inversión de capitales globales en la economía de mercado regional la mejor estrategia para reproducir los insumos económicos, los cuales producirán una mayor oferta de empleo, y de esta forma, generar el sustento económico que sostendrá la vida de sus poblaciones. Así, **desarrollo económico desemboca en desarrollo humano**. Una visión liberal de desarrollo que vale pensar si es quizás la misma que pensamos en nuestros días.

¿Consideramos algo distinto hoy día? Es decir, ¿creemos que el desarrollo incluye dimensiones más amplias que solo la economía?

Se considera entonces que el desarrollo de la economía dará trabajo a la gente y generará más posibilidades para la gente pobre. Dice Max Neef sobre estas soluciones monetaristas para las problemáticas de exclusión social:

“sus supuestos de racionalidad económica son profundamente mecanicistas e inadaptables a las condiciones de países pobres, donde la miseria no puede erradicarse como consecuencia de la liberalización de un mercado del que los pobres se encuentran de hecho marginados. (...) la actividad económica se orienta con sentido especulativo, lo que deriva en resultados concentradores que son socialmente inaguantables” (Max Neef, 1986)

Hoy podemos apreciar las consecuencias de las políticas económicas liberales en cualquiera de los países de toda la América en función a la numerosa exclusión social que vienen sufriendo. “los profesionales de la política no han tomado en cuenta ni se han percatado de las fuerzas sociales que encierra (refiriéndose al sistema oficial de salud), las que en situaciones de crisis generalizada, como la que esta viviendo la argentina hoy, son materia crítica.” (Saforcada, 2002, p 50). Esta problemática de la exclusión social se puede observar también en nuestro país.

La pobreza y la exclusión traerá problemas a la salud, que a largo plazo afectaran en las áreas de las políticas publicas que a simple vista pareciera no ser de directa relación con la salud publica, como la educación, la vivienda, la economía. (Max Neef, 1986, p. 27) Todos estos serán problemas que a largo plazo desembocarán de manera camuflada en problemas de salud y que deberá subsanar el sistema de salud mediante una inmenso gasto de recursos económicos y humanos .

Para pensar hoy en nuevos paradigmas de desarrollo y en salud publica, debemos pensar en las concepciones de salud que manejamos, y en como implementaremos nuestras estrategias para promover determinadas formas de salud publica en las comunidades.

Max Neef abre caminos a pensar como la economía y las políticas de gobierno son parte de un desarrollo que influye en la salud de la población. Saforcada por ejemplo nos propone pensar su “Sistema total de salud” en donde propone un sistema de salud conformado por componentes como el Legislativo, el Judicial y el gubernamental entre otros (Saforcada, 2002 p 49.) De la apertura hacia la búsqueda de definir nuevas dimensiones sociales que determinan a la salud pública por parte de estos y otros pensadores de la salud, nace el interés de este trabajo de pensar sobre los medios de comunicación con respecto a estas nuevas posturas de salud y desarrollo humano.

Quizás sean hoy día los medios de comunicación uno de las mas importantes herramientas con las que contamos de construcción de subjetividad en las sociedades

actuales : “Lamentamos el hecho de que la televisión estimule la violencia, y también de que informe poco y mal, o bien que sea culturalmente regresiva (como escribió Habermas). Esto es verdad. Pero es aún mas cierto y aún mas importante entender que el acto de telever esta cambiando la naturaleza del hombre” (Sartori, 1998, p. 11)

Para entender el hombre moderno y como utiliza los medios de comunicación Alvarez (1988) considera que el análisis se debe focalizar en la forma en que el hombre construye los contenidos de los medios de comunicación, porque es en la forma y la narrativa de los contenidos donde convive el mensaje que el medio quiere transmitir.

¿Que relación tienen los medios de comunicación en estos tiempos con la salud de la gente?

1. 2. Las tecnologías de comunicación en un desarrollo a escala humana

El desarrollo tecnológico siempre opera de escalón al desarrollo de los sueños humanos. La herramienta, la tecnología, todo esto fue acompañando y transformando los hábitos humanos desde siempre. Con la revolución industrial fueron los grandes inventos, como el ferrocarril o el barco a vapor, los que esparcieron el paradigma industrial y del capitalismo por todas partes del globo. (Hobsbawn, 1998)

Pero además de esto, podemos pensar como la tecnología evoluciona de manera logarítmica, es decir, la tecnología se convierte en la misma herramienta, en el mismo escalón, que sera pie para desarrollar nuevas y mas complejas tecnologías.

“Las civilizaciones se desarrollan con la escritura, y en especial con la transmisión oral”, y la “aparición de la tecnología de la imprenta transformo el mundo, sacando a la lectura del núcleo de los pocos doctos que la interpretaban” (Sartori, 1998). El siglo XX va a estar caracterizado, entre tantas cosas, por el gran devenir del desarrollo tecnológico industrial de maneras muy diversas, pero a modo de importancia en lo que confiere a este trabajo,

resaltamos el amplio desarrollo en las tecnologías de la comunicación y la información. El telégrafo, el teléfono, el cine, la TV (desde la señal a blanco y negro hasta la TV para abonados), la proliferación de la radio en todo el mundo, y el nacimiento a finales de siglo de, hasta ahora, la biblioteca mas grande del mundo entero: la internet.

Junto al desarrollo de los medios de comunicación viene detrás el desarrollo de las ciencias dedicadas al estudio de las estrategias de venta y promoción de productos según las variables internacionales de mercados (Guattari, 2004). Hoy día convivimos con muchas propuestas de “información” de la mas diversa orientación política y orígenes sociales y muchos estamos en contacto con medios audiovisuales desde nuestro nacimiento, “aprenderemos a ver la TV por ejemplo antes de aprender a leer” (Sartori, 1997, p. 40). Entonces nos preguntamos, si la TV puede determinar los hábitos de vida de un niño, ¿que ocurre con los hábitos en los adultos ante algunos contenidos de la TV abierta?

La OMS propone en 1946 su definición de salud como “un estado de completo bienestar físico, mental, y social, y no solamente la ausencia de enfermedad o invalidez” (Weinstein, 1989, p.22). Mas allá de las críticas a una definición tan utópica e incompleta vale rescatar de esta que visualiza en las problemáticas de la salud a las dimensiones sociales y mentales, y cambia el centro de la definición desde la “enfermedad” hacia un “estado de completo bienestar”. Otro autor llamado Ferrara toma esta definición pero pone el acento en las acciones ante los conflictos y a la necesidad de la vida por el cambio: “la salud constituye el continuo accionar del hombre frente al universo físico, mental y social en el que vive, sin restar un solo esfuerzo de su existencia para modificar aquello que deba ser modificado”(Weinstein, 1989, p. 27).

Todas estas definiciones de salud incluyen la dimensión social y proponen transformar la visión del modelo salud - enfermedad clásico, hacia una visión de carácter integradora y de convivencia con el medio social y biológico en que se vive. La salud entonces se vuelve un factor determinante para el desarrollo humano, que debe visualizar otras dimensiones del plano político además de la economía.

El Desarrollo a Escala Humana nos habilita con algunas líneas críticas para pensar un desarrollo humano saludable y sustentable. Intentaremos acercarnos a la problemática

de los medios de comunicación para encontrar algunos puntos en común donde problematizar el tema.

El modelo de desarrollo a escala humana propone abrir un campo donde se piense el desarrollo humano desde una visión profundamente democrática con el fin de generar más niveles de auto dependencia. (Max Neef, 1986)

La Autodependencia referida a la interdependencia horizontal, en donde las comunidades convivan de manera integrada en la sociedad promoviendo el “protagonismo real de las personas en los distintos espacios y ámbitos” (Max Neef, 1986, p. 57). Pero por ejemplo ¿que ocurre con las minorías cuando los medios de comunicación estigmatizan algunos grupos por su condición económica o por el barrio en que viven? ¿dificulta esto la promoción de autodependencia y empoderamiento en estas poblaciones? ¿podemos interpretar aquí un perjuicio a la salud publica por parte del medio de comunicación?

Dice Max Neef de la autodependencia que se “entienda como un proceso capaz de fomentar la participación en las decisiones, la creatividad social, la autonomía política (...)”. (Max Neef, 1986, p. 57). Estigmatizar arrastra consecuencias que nada promueven estas condiciones de participación y creatividad. Mas bien trae consigo el miedo y la separación de la sociedad como conjunto, por lo que la TV en estos casos puede ser promotora de problemáticas sociales de convivencia en la sociedad.

“...La autodependencia constituye un elemento decisivo en la articulación de los seres humanos con la naturaleza y la tecnología,(...) de la autonomía con la planificación y de la Sociedad Civil con el Estado” (Max Neef, 1986, p. 57). ¿Que ocurre con la autodependencia cuando las tecnologías de la comunicación están en manos de unos pocos?

El modelo económico que propone Max Neef pretende ser una forma de comprender y pensar la nueva humanidad para crear una línea de desarrollo acorde a estas nuevas sociedades. **Las Necesidades humanas fundamentales son un eje importante del desarrollo a escala humana.**

Vamos a profundizar en esta definición para podernos responder si algunos contenidos de los medios de comunicación pueden resultar factores de riesgo para la salud pública.

1. 3. Necesidades humanas fundamentales

Las necesidades humanas fundamentales son el eje del trabajo sobre un desarrollo a escala humana. Este guarda diferencias con la definición de “necesidades básicas” que maneja el modelo economicista que viene determinando nuestro desarrollo humano. (Max Neef, 1986)

Estas necesidades humanas fundamentales son el fruto de pensar la salud desde un enfoque transdisciplinario. “solo un enfoque transdisciplinario nos permite comprender de que manera la política, la economía, y la salud han convergido en una encrucijada(...) descubrimos así mas casos en donde la mala salud es resultado de una mala política y de la mala economía” (Max Neef, 1986, p 24)

Weinstein (1989) va a decir que “La separación entre las concepciones “individuales” y “colectivas” de la salud se aplica, en el plano de la interpretación, para determinar cual debe ser el foco principal de los programas asistenciales” (p. 37). Entonces es necesario abordar los programas de salud también desde el plano social y desde la construcción de subjetividades saludables.

Max Neef propone que el desarrollo humano debe dejar de ser medido desde el desarrollo económico de una región, para que se mida en función de las necesidades humanas fundamentales del hombre común. Esta debe entenderse como una teoría “*para*” el desarrollo, “la mala salud es resultado de la mala política y la mala economía” (Max Neef, 1986).

“El mejor proceso de desarrollo sera aquel que permita elevar mas la calidad de vida de las personas. La pregunta siguiente se desprenderá de inmediato: que determina la calidad de vida de las personas?.

La calidad de vida dependerá de las posibilidades que tengan las personas de satisfacer adecuadamente sus necesidades fundamentales” (Max Neef 1986)

La satisfacción de las necesidades humanas fundamentales son la regla que deben determinar el desarrollo de nuestra especie. Estas necesidades son únicas en todos los humanos y son irreductibles (Max Neef, 1986) Siempre son las mismas a pesar de que cambie el contexto histórico o la cultura. Lo que determinarán diferencias entre las culturas no son las necesidades básicas como se pensaba, sino que son los “satisfactores” de las necesidades humanas fundamentales (Max Neef, 1986).

Las necesidades fundamentales que propone Max Neef van a dividirse en dos: las categorías existenciales, y las categorías axiológicas.

Las categorías existenciales comprenden el ser, tener, hacer y estar. Son las de existir.

Las Axiológicas comprenden las necesidades de subsistencia, protección, afecto, entendimiento, participación, ocio, creación, libertad e identidad. Las del sentido.

La vivienda o la alimentación por ejemplo, **no** forman parte de las necesidades humanas fundamentales. Estas deben entenderse como los “satisfactores” por los cuales se va a satisfacer las necesidades humanas fundamentales, como la de ser y estar, y como las necesidades de subsistencia y protección, para este caso. (Max Neef, 1986)

Para el autor, lo que definirá y hará diferente a cada cultura y determinara sus características son las maneras en que estas desarrollaran sus satisfactores de las necesidades humanas fundamentales. (Max Neef, 1986)

Cada satisfactor a su vez es capaz de actuar sobre varias necesidades fundamentales al mismo tiempo, es decir, el hecho de tener un hogar, a uno le permite satisfacer por ejemplo necesidades existenciales de estar, como también necesidades axiológicas como la subsistencia y la protección.

Desde esta visión e interpretación de los elementos conceptuales que comprenden a la salud, se puede comprender la pobreza de manera diferente. Así, para este autor existen diferentes formas de “pobreza” que no se reducen solamente a la dimensión de pobreza económica, existen diversas formas de pobreza como por ejemplo *“la pobreza de subsistencia(...), la pobreza de protección (debido a sistemas de salud ineficientes, a la violencia(...))”* (Max Neef, p. 27).

Una de las problemáticas mas originales que tiene esta visión es la de poder reconocer que en cada forma de pobreza que se dan en nuestras sociedades, se generan siempre

distintas patologías que son consecuencias de estas realidades sociales.

En el caso de las patologías y la política menciona:

“... nuestro “logro” mas novedoso es la tendencia de los principales liderazgos políticos actuales, de orientar sus acciones de acuerdo a generalizaciones tan increíblemente esquizofrénicas acerca del “enemigo” (...) dicha esquizofrenia también se dan en casos similares en muchos niveles nacionales. Todos son responsables de la generación de diversas patologías colectivas del miedo” (Max Neef p. 28)

Las maneras en que se construyen las generalizaciones del “enemigo” a la que se refiere el autor, suelen tener casi siempre en nuestros tiempos origen en los medios de comunicación y en la publicidad. El miedo y su promoción puede ser una forma de poner en el campo de la subjetividad de la gente una idea determinada sobre algún hecho político de relevancia. Sobre esto Bourdieu (2010) escribió que el *“campo periodístico esta cada vez mas sometido a las exigencias del mercado”* (p. 101), Bourdieu nos invita a pensar sobre el rol de los medios de comunicación en la construcción de la opinión publica, porque como él menciona, no hay que olvidar que en muchos casos es el mercado económico el que lo limita y lo define en su estructura y en sus contenidos (Bourdieu, 2010).

¿Hubiera aceptado la población occidental la guerra de EEUU a Irak de no ser por la influencia de las cadenas televisivas?

¿Cuanto influyo la fuerte campaña publicitaria llevada a cabo por EEUU para enlistar a jóvenes en el ejercito para la guerra de Vietnam? ¿Y en la Argentina por las Malvinas?

¿Promover diariamente el miedo atenta contra la satisfacción de necesidades humanas fundamentales?

Hay muchos contenidos de los medios que atentan contra muchas de estas necesidades. La transmisión de delitos gravados o en vivo sin censura alguna, las narrativas policiales en los informativos, la violencia de genero hacia la mujer por parte de programas de

entretenimiento. El abordaje de la noticia hacia un mensaje de temor y miedo pueden impedir la realización de las necesidades humanas axiológicas de protección porque promueven la desconfianza entre los ciudadanos, lo cual acaba con perjudicar la convivencia pacífica entre las personas. La promoción de violencia puede perjudicar las necesidades humanas existenciales de ser (solidaridad, adaptabilidad) porque quiebran la solidaridad que existe entre las personas fruto de la desconfianza y el temor; puede perjudicar por este hecho también las necesidades humanas de hacer (cooperar, prevenir), de estar (contorno social, vital) porque el miedo determinará un vínculo de alejamiento y soledad entre estas sociedades. (Max Neef, p 42)

En el caso de la violencia, emitirla explícitamente por TV sin dar cabida a un análisis constructivo puede generar construcciones subjetivas negativas a la salud, como la sensación de inseguridad y la promoción de desconfianza al prójimo.

¿Cuanto de la inseguridad que siente nuestra sociedad es fruto del imaginario que desenvuelven las cadenas de noticias?

Es interesante que nos preguntemos si es necesario que los noticieros deban abordar la violencia. Porque en caso de que así sea, debemos pensar en **como** es que se debe abordar responsablemente la información para no desencadenar resultados “*patologizantes*” (Max Neef, 1986, p 28) en nuestra gente. No es el problema la censura de estos temas, sino que más bien refiere a la necesidad de un tratamiento responsable.

De alguna manera no se visualiza dentro del marco de las responsabilidades sanitarias los manejos de la información y las subjetividades creadas por estos aparatos, que pueden terminar alterando los hábitos saludables necesarios para convivir y desarrollarnos como sociedad.

Con respecto a la salud pública ¿cómo interpretamos desde las políticas de salud pública los medios? ¿Lo tomamos tan solo como un canal posible de promoción de información epidemiológica y prevención primaria? (caso de campaña contra el cólera, o el dengue) ¿Será que quizás debemos confesar que realmente en la práctica, nos seguimos moviendo desde el modelo clásico de salud - enfermedad, y que no podemos visualizar la

construcción subjetiva de narrativas de TV como una problemática que incida en la calidad de vida de las poblaciones?

Dice Weinstein (1989) sobre Sigerist que la “salud es, por tanto, no simplemente la ausencia de enfermedad: es algo positivo, una actitud gozosa ante la vida” (p. 29). Si la salud no refiere a la “ausencia de enfermedad” sino que está determinada por condiciones sociales y por hábitos de vida (Weinstein, 1989) entonces podríamos ver en el bien (Max Neef 1986) que es la TV una herramienta que colabore como satisfactor de necesidades humanas y así ser un promotor más de salud en la población. Pero de la misma forma podríamos visualizar que la TV también puede funcionar en algunos casos como un bien que no colabore con la real satisfacción de las necesidades humanas fundamentales.

El medio de comunicación es siempre responsable de lo que emite y de como emite sus contenidos, es decir que siempre se hace cargo de como va a transmitir un mensaje determinado. “Promover violencia perturba directamente la necesidad de protección, y de este modo da paso a una profunda ansiedad” (Max Neef, 1986).

Entonces ¿es posible que contenidos de TV que promuevan el miedo, por ejemplo, se puedan **convertir en factores de riesgo a la calidad de vida?**

La calidad de vida depende de la capacidad de satisfacer las necesidades humanas fundamentales (Max Neef, 1986), por eso profundizaremos en los tipos de satisfactores que propone Max Neef y buscaremos hacerlos dialogar con definiciones de algunos contenidos de los medios de comunicación, en especial de la TV pública, para visualizar riesgos puede tener a la salud algunos de los contenidos televisivos.

1. 4. Tipos de satisfactores y la TV.

Los satisfactores son “formas de ser, tener, hacer y estar, de carácter individual y colectivo” (Max Neef, 1986, p. 41)

Los satisfactores son muchos y se van construyendo por parte de cada cultura, en función de sus condiciones, y según sus limitaciones y aspiraciones. Estas pueden ordenarse dentro de la matriz que mencionamos anteriormente de las necesidades humanas

axiológicas y existenciales. A modo de analizar los satisfactores Max Neef va a diferenciar 5 tipos de estos pero aclara que pueden tratarse de muchas mas según quien interprete esta problemática. (p.43)

- **Satisfactores violadores o destructores.** Tienen como características que son aplicados con la intención de satisfacer determinada necesidad, pero tienen como consecuencia la aniquilación de esta, y por efectos colaterales dificultan la satisfacción de otras necesidades. Otra de sus características es que son siempre impuestos.

Con respecto a los medios Max Neef aquí menciona a la censura. Como ocurrió en las dictaduras de América Latina durante el siglo XX (Galeano, 1990) estas imposibilitan la necesidad de entendimiento, participación, ocio, identidad, creación, libertad. (Max Neef 1986).

Los noticieros televisivos argumentan que satisfacen la necesidad de entendimiento al informar a la población de la realidad humana ¿pero podría devenir este en un destructor de otras necesidades? ¿podemos clasificar algunos noticieros televisivos en este genero de satisfactores destructores?

- **Los pseudo satisfactores.** “Estimulan una falsa sensación de satisfacción de una determinada necesidad. Sin la agresividad de los violadores, pueden también aniquilar la necesidad a la que apuntan.” (Max Neef 1986, p. 44). Aquí menciona a la publicidad y su poder de persuasión.

-**Los inhibidores.** “Son aquellos que por el modo en que satisfacen una necesidad, (generalmente la sobre satisfacen), dificultan seriamente la posibilidad de satisfacer otras necesidades. Su atributo especial es que generalmente emanan de hábitos arraigados.” (Max Neef 1986, p. 44). Aquí Max Neef menciona la TV comercial refiriéndose a los programas de entretenimiento y ocio.

Bourdieu va a referirse a este tipo de programas que trabajan con “ideas preconcebidas” (Bourdieu, 2010, p 31). Estos funcionan como una reafirmación a lo que se ya se piensa socialmente sobre algo, que antes ya fue delineado por parte de los medios de comunicación.

Estos programas pretenden satisfacer la necesidad de ocio, cuando en realidad están inhibiendo otras necesidades como la de entendimiento, creación e identidad (Max Neef

1986, p. 45). Bourdieu (2010) trae el ejemplo de los programas que discuten acerca de un problemática social que él llama de “panelistas”. Estos pueden ser un caso de programas inhibidores de entendimiento. Estos según Bourdieu están producidos y compuestos por lo que él llama “fast thinkers” (Bourdieu, 2010, p 39), es decir personajes “charlatanes”, de opinión rápida y hábil, preparados para dar una opinión en televisión rápida y concisa como lo exige el breve y voraz tiempo televisivo. Estos programas trabajan desde ideas preconcebidas. Un panel de “expertos sobre tal o cual tema” (Bourdieu, 2010, p 40) preparados para “disparar” opiniones sobre lo que sea que se trate. Al trabajar desde ideas preconcebidas se trabaja desde el pre conceptos sobre cosas que ya habitan de manera liviana en el imaginario de la gente. Los pre conceptos de la TV se utilizan para que el mensaje sea entendido por la mayor cantidad de televidentes, porque “todo el mundo” ya sabe de que se está hablando y el mensaje puede llegar a más volumen de televidentes. “¿tiene quien escucha el código para descifrar lo que estoy diciendo? Para eso las ideas preconcebidas” (Bourdieu, 2010, p 31). Las ideas preconcebidas y prejuicios presentan el abordaje de temas de importancia de una manera que por momentos pueden ser perjudiciales, en sentido que son programas valorados por la gente y dirigidos por “fast thinkers” que suelen tener credibilidad social y no siempre son gente especializada en los temas. Lejos de profundizar sobre algo reafirman ideas preestablecidas, pudiendo así ser inhibidores de la necesidad de entendimiento.

De los informativos también Bourdieu dió su opinión: “tenemos el telediario que conviene a todo el mundo, que confirma casos ya sabidos” (Bourdieu, 2010, p 65)

-Satisfactores singulares. “Apuntan a la satisfacción de solo una necesidad, y son neutros en relación a otras. Son característicos de planes de cooperación y asistencia. Su principal atributo es el de ser institucionalizados.” (Max Neef, 1986, p. 45).

Los generadores de estos satisfactores suelen estar vinculados con las instituciones del estado o privadas. Max Neef menciona aquí los programas de suministros de alimentos o los programas asistenciales de vivienda.

Con respecto a los medios ¿podemos pensar las campañas por TV de prevención de enfermedades en esta clasificación. Como pueden ser la campaña contra el cólera, contra el tabaco, o más recientemente la campaña contra el dengue?

-Satisfactores sinérgicos. Son esos que además de satisfacer una necesidad determinada, contribuyen a la satisfacción simultánea de otras necesidades. “Revierten racionalidades dominantes” (Max Neef, 1986, p. 45). Aquí el autor menciona la televisión cultural que buscando satisfacer la necesidad de ocio, acaba estimulando la satisfacción de necesidades como la del entendimiento. Con respecto a los noticieros televisivos ¿podríamos trabajar los contenidos de estos para que resulten satisfactores sinérgicos puedan satisfacer otras necesidades como las de entendimiento o de identidad?

2. La Televisión. Algunos de sus contenidos

En este capítulo vamos a acercarnos al estudio de la televisión pública y de algunos de sus géneros haciéndolo dialogar con la teoría de Max Neef.

Para visualizar la relación posible que guarda la salud pública con los medios de comunicación buscaremos comprender como están compuestos estos y como se construye el contenido audiovisual.

Buscaremos así indagar si existen contenidos que puedan impedir la correcta realización de las necesidades humanas fundamentales a las que Max Neef refiere.

2.1 Medios de comunicación en Uruguay

2. 1. 1. El consumo de TV

La Dirección Nacional de Telecomunicaciones (Dinatel) realizó durante el 2012 una encuesta con el motivo de aportar información para pensar políticas públicas con respecto a los medios de comunicación en el Uruguay. Tuvo por objeto la “realización de un informe de opinión pública sobre los medios de comunicación televisivos, aspectos institucionales y las nuevas tecnologías así como el análisis de algunos indicadores particulares” (Alonso, 2013, p 3).

Según este estudio para el ciudadano uruguayo la principal fuente de consulta a la información es la TV abierta. Para el año 2012 el 56% de los uruguayos confiesan que la televisión es su principal fuente de información, seguida lejanamente por la radio con un 20,22% y mas atrás pero en ascenso la internet con 18,67 %. (Alonso, 2013, p. 5) Algunos datos importantes que detalla el estudio refiere a las edades y nivel académico de las entrevistados y resultan muy interesantes. La TV como principal fuente de información **siempre** supera el 50 % en cualquier franja de edad como también ante

cualquier nivel académico.

Si bien hay una tendencia de crecimiento en el uso de la internet en los jóvenes de 18 a 29 años y en los niveles académicos universitarios, la TV se sigue imponiendo con mayoría también en estas franjas.

La televisión ha logrado no solo la accesibilidad al aparato receptor (al “bien” (Max Neef (1986)), sino que además ha logrado hacer contenidos de liviana codificación, es decir que la TV ha tenido que “homogeneizar los contenidos” para llegar a captar mayor cantidad de gente. “La televisión puede hacer que una noche se reúna más gente que la que compra todos los diarios franceses de la mañana y de la tarde juntos” (Bourdier 2010 p.64).

Ahora, con respecto a lo que refiere a este trabajo, vemos datos importantes de lo que ocurre con los noticieros periodísticos aquí en nuestro país.

El 78,98% de los habitantes del Uruguay se informa **diariamente** a través de los noticieros televisivos.

También en este caso los jóvenes de entre 18 a 29 años y los de nivel académico universitario tienen los menores porcentajes, pero aún así superan ampliamente el 60 % de los que consideran a los informativos de TV abierta como la principal fuente diaria de información. (Alonso, 2013, p 7,8)

Estos datos muestran la relevancia que tiene la TV y algunos géneros audiovisuales como el informativo en el imaginario social del uruguayo.

Si tomamos en cuenta que la TV es un servicio de dominio estatal (Faraone, 1998), debemos darnos la posibilidad de pensar como aprovechar este medio para promover hábitos de vida saludables.

2. 1. 2. El Estado y las frecuencias radioeléctricas

Según Faraone es el estado quien tiene el poder y la responsabilidad de regular y ceder los servicios de radiodifusión en todo el país. (Faraone, 1998). Es decir que el estado es el dueño verdadero de la frecuencia.

Actualmente, la ley de Radiodifusión del año 2007 del Uruguay otorga al estado la responsabilidad de “administrar las frecuencias radioeléctricas” (Faraone, 1998, p.10). Como menciona Humberto Eco “la TV no es un genero de por si, sino un servicio” (p. 316). Aquí entonces existe una responsabilidad fuerte de las políticas públicas acerca de como se va a posicionar ante la problemática de algunos contenidos de los medios. ¿podría haber aquí una dimensión en común entre el servicio de radiodifusión y las políticas de salud pública?

Cuando canales de TV falsean la verdad por el motivo que fuere pueden estar afectando los hábitos de vida de las personas debido a la relevancia y credibilidad que las personas le dedican a estos medios. (Baudillard, 1978)

Si los contenidos muestran ficciones con motivo de alterar el pensar de la población se puede estar destruyendo la necesidad de entendimiento (Max Neef, 1986), que está enlazada con otras necesidades como la de participación o libertad, que determinan para Max Neef la calidad de vida de determinada sociedad.

Al visualizar que las frecuencias radioeléctricas son de dominio estatal, y por lo tanto deben estar al servicio de la población y por lo tanto en función de su desarrollo y sus necesidades (Faraone, 1998), es que podemos pensar que sí existe un plano en donde se conectan la salud pública y los medios de comunicación, porque es el estado el regulador de estas dos dimensiones políticas.

2.2 El noticiero televisivo

Es el genero más consumido y es la principal fuente de información para los habitantes de Uruguay. (Alonzo, 2013)

2. 2. 1. El noticiero televisivo y la violencia

“La interrelación entre necesidades, satisfactores, y bienes económicos es permanente y dinámica (...) A través de esta causación recíproca se convierten, a la vez, en parte y en definición de una cultura” (Max Neef, p 41)

En los satisfactores entonces habitan las características propias de cada cultura, y estos son los medios que satisfacen las necesidades humanas fundamentales. (Max Neef, 1986)

La televisión es una herramienta propia de nuestra cultura, es lo que Max Neef definiría como un “bien económico”. “Bienes económicos por último son objetos y artefactos que permiten afectar la eficiencia de un satisfactor, alterando así el umbral de actualización de una necesidad, ya sea en sentido positivo o negativo” (2010, p. 41).

Sus contenidos son clasificables de satisfactores como Max Neef puso de ejemplo con la TV comercial, o la TV cultural, o la publicidad. Estos entonces son los que colaboraran o no para realizar algunas de nuestras necesidades humanas.

Nos preguntamos por los contenidos de los noticieros porque como muestra Alonso (2013) son relevantes en la vida de la construcción de la realidad del cotidiano uruguayo.

De la clasificación de Max Neef sobre los satisfactores, vemos que algunos tienen la característica de que no satisfacen una necesidad humana, y otros no solo no la satisfacen sino que las inhiben. Uno de los tipos de satisfactores los define como destructores “son elementos de efecto paradójico. Al ser aplicados con la intención de satisfacer una determinada necesidad, no solo aniquilan la posibilidad de su satisfacción, sino que imposibilita la satisfacción adecuada de otras necesidades” (Max Neef, 1986, p. 43).

Max Neef pone de ejemplo, en el caso de los medios de comunicación, el caso de la censura, y como esta destruye las necesidades de entendimiento, participación y libertad, mientras que estos medios transmiten a la gente la idea de que pretende satisfacer

necesidades como la de protección al estar “informando la verdad”, o propiamente la necesidad de entendimiento. (Max Neef, 1986)

En los informativos nos preguntamos cual es el mensaje que se intenta transmitir y para qué. No produce los mismos efectos un mensaje trabajado desde una postura crítica y promovedora de reflexión sobre las problemáticas que aborda, que el mensaje que estigmatiza estratos sociales o busca resaltar el miedo por sobre otros contenidos. Estos mensajes pueden aparecer como satisfactores de la libertad de expresión o de entendimiento, cuando en verdad existe la posibilidad que impidan que estas necesidades se satisfagan.

Alterar por ejemplo la noticia puede atentar contra la necesidad de entendimiento. Al estigmatizar a diversos sectores sociales por medio de narrativas que lo identifican con la violencia se puede perjudicar la convivencia pacífica de la población, y de esta manera promover la agresividad y la desconfianza entre las personas, dificultando satisfacer otras necesidades como la de protección, participación o libertad por ejemplo (Max Neef, 1986, p 42). De esta manera estos contenidos pueden funcionar como satisfactores destructores porque no solo destruyen los satisfactores que ellos mismos se adjudican, sino que acaban por imposibilitar la satisfacción de otras necesidades fundamentales.

No solo la censura en los medios de comunicación pueden acabar como satisfactores destructores, también la producción de las noticias exagerando sus contenidos violentos por ejemplo pueden resultar también satisfactores destructores de necesidades humanas fundamentales.

Dice Alvarez (1988) sobre una cadena televisiva internacional:

“Te voy a contar una historia y después de contártela, sabrás todo lo que hay que saber respecto a las noticias televisivas (...) Una noche, los ejecutivos de una cadena (en New York) estaban viendo los tres noticieros al mismo tiempo. Se había producido un incendio en un orfanato católico en Staten Island. Uno de los ejecutivos se lamentaba de que la cadena rival tuviera una mejor cobertura en imágenes. “Sus llamas son más altas que las nuestras”, dijo. Pero otro ejecutivo replicó: “Si, pero nuestra monja llora mas fuerte que las otras” (Alvarez, 1988)

El productor de una nota periodística puede tomar una ficción cualquiera y destacar características de la nota que pretenda priorizar (Alvarez, 1988), pero ¿a donde esta el limite que convierte a una nota periodística en una nota que perjudica la convivencia de la población?

Si analizamos la manera en que se construye una nota periodística nos acercaremos a entender como se construye un mensaje para pensarlo desde la problemática de la salud pública.

Los noticieros están hechos por textos que este utiliza como herramienta narrativa como la imagen móvil o la imagen fija, la palabra oral y escrita, la musica, los ruidos, los silencios. Estos se desarrollan en función a una narrativa teatral, en donde se recurre al uso de algunos personajes estandarizados y estables. En el caso de los informativos son los periodistas presentadores de cada edición diaria. (Alvarez, 1988).

Baudrillard dice que estas formas discursivas que se camuflan de “verdaderas” o “legítimas” entran en el plano de lo hiperreal y por eso la importancia de observar cual es el accionar de estos contenidos en la sociedad. “Hoy en día, (...) la simulación no corresponde a un territorio, a una referencia, a una sustancia, sino que es la generación por los modelos de algo real sin origen ni realidad: lo hiperreal.” (Baudrillard, 1978, p. 5).

El noticiero elige al momento de producir sus contenidos, utilizar el lenguaje narrativo de la “**víctima**” y el “**victimario**” (Alvarez, 1988) cuando en realidad esta forma de comunicar **es una opción siempre**. Cuando el informativo narra una historia desde la tendencia sensacionalista, exacerbando la violencia o el sufrimiento, se esta dando una trama hiperreal a la sociedad de como es “el mundo” (Alvarez, 1988). Hay una responsabilidad ética muy fuerte en la labor de transmitir un mensaje periodístico a la sociedad de manera masiva. Por lo tanto es necesario pensar en los contenidos, y en su conformación, porque aquí habita el cruce determinante para poder trabajar los medios audiovisuales desde la salud pública y las maneras que tiene de promover calidad de vida en las sociedades.

Sobre el noticiero, dice Alvarez que “al caer la tarde, de lunes a viernes, casi un millón y

medio de montevideanos se encuentran sentados frente a sus televisores viendo uno de los noticieros que ofrecen los tres canales comerciales” (Alvarez 1988, p 17).

Este es el programa con mas demanda de televidentes y el canal de TV lo sabe y por eso goza de la mayor parte de atención y producción por parte de las emisoras (Langer, 1998, p.20). El noticiero de la tarde siempre tiene un carácter de destacado en la programación diaria, y este goza de introducciones y avances a lo largo del día acerca de las noticias que se abordarán (Langer, 1998)

“Dotado de un generoso presupuesto y recursos personales, incluso en tiempos de recesión, los servicios de noticias en TV son a menudo la clase de programa alrededor del cual la cadena centra sus esfuerzos a la hora de adquirir seriedad y fiabilidad” (Langer, 1998, p 20)

Ahora bien “la TV es narración, y por lo tanto interpretación de los hechos” (Eco, 1997, p 315). Por lo tanto recae una importante responsabilidad en los productores y periodistas, sobre las formas en que estos plantearán y presentarán la nota ante tantos televidentes. Jhon Langer advierte en una cita de Altheide y Snow (1991 p 51-60) acerca de la manera en que se producen estos contenidos:

“las noticias televisivas, abrumadoramente orientadas respecto a una “lógica mediática” basada en valores de entretenimiento”, nos han llevado inexorable y fatalmente a la “era pos periodística”, en la que cierta “programación de entretenimiento” tiene preferencia sobre “reportajes profundos, completos y precisos” (Langer 1998, p 20-21)

Para Baudillard (1978) existen medios que por necesidad de audiencia (que se traduce en dinero publicitario (Bourdieu, 2010)), son promovedores del miedo por sobre la critica constructiva en sus contenidos.

A largo plazo, ¿podemos correr el riesgo de que se vuelvan factores de riesgo para la salud y la calidad de vida de la sociedad?

La responsabilidad sobre lo que informar no se aloja en el “genero” noticiero en si mismo,

sino como dijimos antes, que la responsabilidad esta en el trabajo de edición de la nota periodística. Porque será aquí donde se construirá la narrativa y el mensaje del producto final emitido. (Langer, 1998)

Para Bourdier la selección de los contenidos de una nota actualmente se basa “en la búsqueda de lo sensacional y lo espectacular” .“La TV incita a la dramatización, en un doble sentido: escenifica en imágenes, un acontecimiento y exagera su importancia, su gravedad, así como su caracteres dramático.” (p. 25)

En el Uruguay la seguridad ocupa mucho espacio de los contenidos de los noticieros, pero ¿cuantas veces se lo aborda desde un plano crítico y constructivo?

Esto puede inducir a la convivencia de la gente con miedo. Se han llegado a emitir por TV filmaciones sin censura de homicidios y delitos explícitos en horario central.

Se alcanzó el nivel de emitir por cadena nacional un llamado del presidente de la república a la paz ciudadana y a la convivencia, como la vez del homicidio al trabajador de la pasiva por parte de un joven en el año 2012. Bafico menciona sobre este hecho que la TV hace de un homicidio un “acto público” y se aprovecha por parte del medio para manipular la nota y enmarcar estos hechos en causas políticas (como la baja de la ley de imputabilidad) desde una asociación falsa (Homicidios que se ven por TV generan empatía en la gente, 2012)

Como vimos el noticiero es la principal fuente de consulta a la que se recurre para leer el paisaje social (Alonzo, 2013). ¿que ocurre entonces con la calidad de vida de la gente que asimila este paisaje social violento que le ofrece el medio?

Promover la violencia no puede tener resultados positivos. Mas bien imposibilita y es destructor de satisfactores de necesidades humanas, y al parecer no es visualizado por sistema de salud publica como un problema sanitario a trabajar. Dice Weinstein (1989) que “los organismos sanitarios no evalúan la salud en términos de bienestar o goce, (...) o capacidad de lucha o de autonomía. En la medida en que se organiza la actividad sanitaria se plantea la medición, la cuantificación, a partir de índices indicadores de la salud.” (p. 29). La violencia y su promoción forman parte de esas actividades humanas que los indicadores de la salud no tienen en cuenta. “Esos indicadores no aprehenden procesos o estados de actividad humana o interhumana,” (Weinstein,1989, p. 30)

2. 2. 2 La narrativa policial

Analizaremos la nota periodística policial de los noticieros, para visualizar la predominancia de la violencia en sus contenidos.

La narrativa que utilizan las ediciones policiales se resumen en una “insistente atención a individuos que, sumidos en el proceso de llevar adelante su vida diaria, se encuentran con un inesperado cambio de los acontecimientos que los atrapa en un estadio de crisis del que no pueden salir haciendo uso de sus propios recursos y esfuerzos” (Langer, 1998, p. 111).

Los protagonistas de los siniestros se los sitúa como personajes de un drama, y su papel constituye el carácter de víctima. El personaje de la víctima suelen ser personas corrientes (muy esporádicamente alguna figura pública o política). Y claro que “la buena víctima es fruto de la empatía” (Langer 1998, p 113). Es decir: “si le pasa a una persona común me puede pasar a mi también”.

Las historias policiales están ubicadas generalmente al inicio de la edición, posiblemente para captar la principal atención. Tienen carácter de destacado (p. 113).

Al momento de editar una nota cada “reportaje tiene que ofrecer una explicación, presentar “la historia” de las dificultades de la víctima” (Langer, 1998, p121). Aquí es donde el medio toma su postura política y personal ante la nota al decidir como lo va a describir. Porque sería muy distinto si en vez de posicionar los personajes en “víctimas” y “victimarios” se abordara la nota desde otra narrativa o por ejemplo se evitaran transmitir escenas de contenido sensiblemente violento, como cuando agregan a la nota declaraciones dolorosas de las víctimas mientras vivencian el sufrimiento por el suceso reciente.

Aquí es donde se decide entonces la finalidad que tiene la nota, en este caso la de infundir empatía por medio del miedo. (Langer, 1998, p 121)

La nota se presenta “legítima”, por lo que el espectador lo interpreta como verdadero, porque el presentador del show dará la introducción a una nota en donde, “su

representación de los acontecimientos es distanciada”, se muestra “neutral, impersonal” (Langer, 1998, p 121). Él se mostrara objetivo, serio, a diferencia de los protagonistas de la nota, las víctimas, los testigos, los policías, que serán vivenciales, subjetivos y dueños de sus emociones.

En todo esto media el reportero, el cual su posición se encuentra en lo interno de los hechos manteniendo la imagen de exterioridad objetiva que la narrativa requiere (Langer, 1998, p 121).

Solemos ver por TV testimonios dolorosos de personas que acaban de ser asaltadas o agredidas.

¿Cual es el mensaje que se quiere transmitir al mostrar una persona que acaba de sufrir una experiencia traumática?

¿Que clase de satisfactor deviene de esto?

No se esta profundizando un problema social, por lo tanto no es posible que sea un satisfactor de necesidades de entendimiento. Muy por lo lejos a esto, se muestra un plano hiperreal (Baudillard, 1978) que altera la visión del mundo. Se destruye entonces esta necesidad de entendimiento porque no esta informando de manera crítica constructiva sobre algo. Alterar la información que se transmite a la gente no colabora con la autogestión de la población que es uno de los pilares del desarrollo a escala humana que Max Neef (1986) propone. Al destruir el entendimiento y la autogestión la necesidad de libertad también esta siendo inhibida porque el no saber desfavorece la capacidad de elegir.

El recurso de la víctima es utilizado para empatizar el miedo con el televidente. “Las historias de las víctimas están estructuradas en base a mirar hacia atrás” (Langer, 1998, p130). Es decir la tragedia se reconstruye en función de las evidencias físicas y psicológicas y se le da demostración a los efectos buscados por los editores. La “película de la noticia” (Langer, 1998,p 130) se construye entonces de imágenes sostenidas por narrativa verbal y texto escrito. La narrativa en texto dramatiza en el doble sentido. “El mundo de la imagen está dominado de palabras extraordinarias”(Bourdier p. 33). El uso de textos escritos a pie de imagen apoyan y dan sentido lógico a la trama de la nota y se “exagera su importancia (...) así como su carácter dramático” (p.33). Hay palabras claves

que se utilizan para dar más carácter de importancia a la nota. Suelen ser palabras que vienen producidas de ediciones anteriores en función de una trama más general, y que esconden una postura política no explícita y contienen una asociación simbólica preestablecida (adicto, menor, terrorista, joven infractor, guerrillero).

Se intercambian casi siempre declaraciones de la víctima (muchas veces incluyen declaraciones de la víctima todavía llorando) con imágenes de la escena del crimen las cuales son tomas de un barrio corriente (“esto puede pasar en cualquier parte, incluso en mi barrio”). Se puede también apoyar la afirmación de la víctima con la nota a algún testigo u amigo de este (Langer, 1998) (“esto también le puede pasar a mis seres cercanos”)

Pensando en clave del miedo y la violencia: ¿que ocurre con la necesidad de protección en estos casos?

Estos contenidos no buscan dejar una crítica constructiva a la sociedad al realizar las notas, sino que pretende atemorizar con el fin de la captación de audiencia. Pero ese imaginario hiperreal (Baudillard) de que la “sociedad es violenta” o “la gente es peligrosa” ¿acaso no influye negativamente en la autopercepción social y en la convivencia social de la que tanto se hacen críticas hoy día en Uruguay?. Es posible que este sea un satisfactor destructor de la necesidad de protección.

Sobre las consecuencias de inhibir esta necesidad humana “la persona se sentirá menos protegida, las crisis familiares y los sentimientos de culpa pueden destruir relaciones afectivas, la falta de participación dará cabida a sentimientos de aislamientos y marginación, y la disminución del autoestima puede fácilmente provocar crisis de identidad” (Max Neef, 1986, p 28).

La necesidad de protección refiere al cuidado y la solidaridad. El miedo perjudica la solidaridad y la convivencia por lo que perjudica la satisfacción de protección. Altera además el contorno vital y social al promover la desconfianza y el temor en las demás personas. Junto con la inhibición de esta necesidad humana por parte del miedo viene el perjuicio a otras necesidades no menos importantes, ya que las necesidades humanas

están interconectadas entre si (Max Neef,1986).

Se puede perjudicar el satisfacer la necesidad de participación cuando se perjudica a la solidaridad y el respeto entre la gente, que son valores importantes al momento de ejercer la participación y construir autonomía y autogestión. La desconfianza y el miedo inhiben la cooperación y dificultan la comunicación y el intercambio entre los individuos.

Cuando educamos violencia estamos educando una forma de vincularnos, una forma de relacionarnos. Dar el ejemplo es educar, y crear sentidos desde lo práctico. Lo que dice Baudillard refiriéndose a lo hiperreal aquí, es que lo virtual, es decir los mensajes hiperreales se vuelven reales para su gente.

“Es falso que la TV se limite a reflejar los cambios que se están produciendo en la sociedad y en su cultura. En realidad, la TV refleja los cambios que promueve e inspira a largo plazo” (Sartori, 1998 p.72). Entonces educar y promover la violencia, estigmatizar barrios y sectores sociales, lo convierte en real para la sociedad, no importa si es real o no.

2. 3. La publicidad

Otro de los contenidos que tocaremos será el de la publicidad porque esta es la más importante fuente de ingresos para la televisión comercial tanto abierta como de TV para abonados (Faraone, 1998). Por eso el autor califica de falacia al argumento de que la TV tiene como objetivo el “*interés público*”, cuando en realidad se trata de un interés “*privado*”, (aunque como vimos antes se trata de un dominio del estado) (Faraone, 1998). La TV se sustenta de esto y vive para esto por lo que su finalidad acaba siendo la de promover el consumo.

En todo el mundo como en el Uruguay existen leyes que regulan algunos aspectos de la publicidad televisiva. A modo de ejemplo, durante los 80 y 90 aparece en Uruguay el “horario de protección al menor”, como intento algo difuso de limitar contenidos de

violencia explícita y la “pornografía” en la TV , aparece la norma Sobre la Publicidad del Tabaco de la ley 15361 (Faraone, 1998, p 102), y al momento en que se escribe este trabajo se discute una ley de medios que regula fuertemente la cantidad del tiempo publicitario emitido así como algunos de sus contenidos.

Ahora bien, más allá de que las leyes visualizaron algunos aspectos de la publicidad que eran factor de riesgo a la salud, los hábitos compulsivos de consumo no parecieran incluidos en la visión de las problemáticas de salud pública.

De la cultura de consumo, Bertrand (2013) menciona que conlleva un excesivo gasto de los recursos naturales para sostener su demanda, es decir que esta refiriéndose a un problema ecológico. Max Neef (1986) considera que uno de los pilares de un desarrollo a escala humana es la articulación orgánica entre el humano y la naturaleza. Esta promoción de consumo que devasta los recursos naturales, no pareciese verse como un problema de la salud humana, cuando en realidad sería difícil imaginarse un entorno biopsicosocial sano en un mundo contaminado o con crisis ecológicas importantes, lo cual ya entraría propiamente en el campo de la epidemiología y de las enfermedades que los entornos biológicos pueden desatar. (Barradas, 2004)

Con respecto al desarrollo a escala humana, podemos abrir el campo para pensar sobre el rol de la publicidad en este marco.

La publicidad opera en general como un promotor de hábitos de consumo. Es en la publicidad y en su producción de subjetividad donde se apoya el sustento de las más importantes empresas multinacionales de consumo, y si es que actualmente sobrevive y domina el mundo esta lógica, es debido a la fuerte implantación de estos hábitos de vida en la cultura, en la subjetividad de su gente. (Guatari, 2004)

Max Neef (1986) dice que la promoción de hábitos de consumo sostiene una economía regional que “ha aportado de modo significativo al monto de las deudas externas de los países” (p 55) que se traducirá a largo plazo en exclusión social, desempleo, infantilización de la pobreza, etc.

“romper con modelos imitativos de consumo, no solo conjura la dependencia cultural, sino que hace posible además un uso mas eficiente de los recursos usados en la periferia. Reduce también el impacto negativo de las políticas proteccionistas que los países industrializados impulsan en defensa de sus productos. ” (Max Neef, 1986, p. 55)

A lo que refiere a los medios de comunicación como servicios públicos; la publicidad y el dinero que estas invierten en los medios, definen muchas veces los contenidos finales de estos.

“El grado de autonomía de un medio de comunicación se mide por la parte de sus ingresos que proviene de la publicidad o de la ayuda del estado” (Bourdier, p 103)

Los hábitos de consumo ya arraigados en la gente durante el siglo XX “inhiben un desarrollo orientado hacia la auto dependencia y la satisfacción de las necesidades humanas. Las necesidades como la subsistencia, protección, participación, creación, identidad, y libertad se ve inhibida por las exigencias (...) de los centros de poder” (Max Neef, p. 56)

¿como es posible que, en la promoción de un sistema de consumo que agota los recursos del planeta a una velocidad importante, no se vea un atentado a la salud hacia la especie humana?

Sobre otros factores de riesgo a la salud que puede dejarnos la publicidad, es interesante como Baudillard la pone en oposición con la violencia de la guerra:

*Los medios de comunicación promocionan la guerra, la guerra promociona los medios de comunicación, y la publicidad rivaliza con la guerra. La publicidad es, de toda nuestra cultura, la especie parasitaria más resistente. (...) Pero también es como una función biológica; devora nuestra sustancia, pero es también como una planta parasitaria o la flora intestinal, lo que nos permite metabolizar lo que absorbemos, **convertir el mundo y la violencia del mundo en una sustancia consumible**. Entonces ¿qué?, ¿la guerra o la publicidad? (Baudillard, 1991 p. 23)*

Esta violencia a la que se refiere, no es la misma que describimos antes en el genero

policial del noticiero. La violencia publicitaria no se ejerce desde la promoción del miedo para vender (la mayoría de las veces), sino que se enfoca en la violencia de la carencia, del ser incompleto o vacío. Por eso la publicidad como dice Baudillard es enemiga de la guerra, porque la publicidad ofrece la satisfacción **de un deseo**, ofrece un placer. La guerra no.

Ahora bien, la publicidad ofrece un sinfín de satisfactores de deseo ¿y de necesidades humanas?

En el caso de la publicidad, Max Neef sí la clasifico dentro de los *pseudo satisfactores*. Porque “*estimula una **falsa sensación de satisfacción** de una necesidad determinada. Sin la agresividad de los violadores o destructores (referido a otro tipo de satisfactores como los que vimos antes, como la violencia) pueden en ocasiones aniquilar la posibilidad de satisfacer la necesidad a la que originalmente apuntan*” (p. 44).

Pone de ejemplo el adoctrinamiento y las modas, las cuales aparentan la falsa sensación de satisfacer la necesidad humana de libertad y sin embargo sus consecuencias suelen ser destructoras de necesidades de identidad, como ha ocurrido con las políticas económicas de consumo de nuestra región de América, reduciendo y estigmatizando a muchas de las culturas autóctonas (Max Neef, 1986).

La publicidad tampoco tiene problemas con utilizar determinados estereotipos negativos. En esto la mujer ha sido el recurso más utilizado. “*La publicidad se ha convertido para las mujeres hoy día, en un espejo distorsionado de la realidad, con mujeres bellas, jóvenes, delgadas*”. (García, s.f., p.5)

La publicidad promueve varios estereotipos de mujer los cuales son usados para la promoción de productos determinados. Estos funcionan como promotores de un modelo de genero de mujer que luego será reproducido por los consumidores, o sea la sociedad “*La publicidad juega un papel decisivo como instrumento de comunicación social, siendo capaz (...) de conformar modelos colectivos de valores y comportamientos, ofreciendo al público no solo productos, sino también modelos de actitudes*” (García, s.f.)

Hay varios estereotipos de mujer promovidos por la publicidad. Uno es el de la mujer “bella”, la promoción de la mujer de cuerpo perfecto. Esto desarrolla la visión de la mujer como objeto de belleza física. (García, s.f.) ¿Cuanto de esto tiene relación con las

enfermedades como la bulimia o la anorexia? Otro estereotipo es la “mujer sexo”, que se muestra como tentación de un producto sobre el genero masculino o simplemente un ideal a alcanzar por parte de las mujeres. Otra vez la mujer como objeto de belleza física. (Garcia, s.f.)

Otro estereotipo que existe es el de la “mujer ama de casa”. Esta prevalece sobre las otras y es el estereotipo más reforzado por la publicidad moderna (García, s.f.). Es la mujer vista desde el universo del cuidado maternal del hogar y la familia, siempre al servicio de su esposo e hijos. (Garcia, s.f.)

La promoción de estereotipos machistas en TV determina también la subjetividad de las mujeres y de los hombres. ¿Promover estereotipos de este tipo acaso perjudica a la salud pública?

La publicidad además de promover hábitos de consumo, que vimos que pueden ser satisfactores inhibidores de necesidades humanas, también es constructora de estereotipos que deben ser observados, porque en el caso de la violencia de genero, se puede estar promoviendo hábitos que directamente sean satisfactores destructores de necesidades humanas.

CONCLUSIONES

Este trabajo no tiene como finalidad dejar afirmaciones establecidas, sino que pretende abrir la posibilidad de reflexionar sobre las tecnologías de la información y comunicación, y en especial la TV, por ser un medio de comunicación tan relevante en la vida de las sociedades contemporáneas (Faraone, 1998). El desafío es no solo pensar a los medios de comunicación como una herramienta valida para la promoción y prevención sino además evitar que se transforme en un factor de riesgo para la salud de la gente.

Este trabajo toma como eje central la propuesta de Desarrollo a Escala Humana de Max Neef, porque piensa a las políticas publicas enfocadas desde la promoción de calidad de vida en las personas en vez de focalizarlas en la economía y las lógicas de mercado.

(Max Neef, 1986)

Las tecnologías de la información y la comunicación se irán desarrollando progresivamente con la evolución humana, y sería bueno pensar acerca de las posturas políticas y sanitarias que se asumirán ante una humanidad con más recursos tecnológicos.

La salud puede ser un eje interesante desde donde pensar el desarrollo, porque es aquí donde las ciencias del cuerpo humano, la antropología, y el ecosistema parecieran comenzar a tomar rumbos en común.

Las políticas de salud se proponen trabajar sobre muchas problemáticas sociales. Y teniendo en cuenta la relevancia que tienen los medios de comunicación en esta nueva era, es que proponemos pensar que posición debería tomar la salud pública con respecto a estos.

Lo que influirá en la subjetividad de la gente por parte de los medios de comunicación será el mensaje, y este tiene que ver con el contenido que los medios producen. (Alvarez, 1988). Los medios de comunicación, y fundamentalmente la TV, pero esto incluye todas las empresas internacionales que son productoras de noticias para el mundo, son todos constructores en nuestra era de planos hiperreales acerca de los temas humanos y del mundo que son muy determinantes para la vida de las personas (Baudillard, 1978). Así entonces también influyen en las formas en que vivimos diariamente y sentimos la realidad de las sociedades que nos rodean.

Los medios de comunicación no escapan a las lógicas del mercado de la oferta y la demanda, y por eso muchos de los contenidos que emiten los medios están determinados por empresas privadas que invierten mucho dinero en las cadenas de información y así, los mensajes se vuelven hacia el interés de privados que tienen la intención de cambiar sobre algunos temas la opinión pública (Bourdieu, 2010).

Las frecuencias radioeléctricas son de dominio estatal, por lo que son un bien público, y como tal deben estar al servicio del desarrollo de la ciudadanía (Faraone, 1998). Entra en la dimensión de lo político estatal el plano de regular los contenidos de los medios de comunicación como se ha hecho con algunas publicidades y algunos contenidos antes mencionados (Faraone, 1998). Abrimos aquí la posibilidad de que la regulación hoy día

sea incompleta y que deberían observarse como algunos contenidos están siendo perjudiciales para la convivencia de la sociedad y quizás deban entenderse sus consecuencias como un problema a la salud pública.

Como la publicidad es la principal fuente de ingresos de un medio de comunicación privado y esta determina su grado de autonomía (Bourdieu, 2010) analizamos aquí su relevancia. Sus mensajes son los de la promoción de hábitos constantes de consumo, entendiéndose estos como el medio hacia el desarrollo social, mostrando la visión economicista de desarrollo que tanto ha perjudicado a América Latina (Max Neef, 1986). La publicidad funciona como un pseudo satisfactor que promete satisfacer la necesidad de libertad pero no lo hace y por momentos se vuelve un satisfactor destructor aniquilando otras necesidades humanas (Max Neef, 1986). Además de ser satisfactor destructor de necesidades promueve una sociedad de consumo que devora los recursos naturales del planeta a gran velocidad, alterando el ecosistema natural en que vivimos, y por lo tanto poniendo en riesgo la salud de la población. (Bertrand, 2013).

También es promotora de estereotipos que perjudican a la salud de algunos sectores sociales como a la mujer (García, s.f.), promoviendo así las diferencias de género que desembocan en conductas de violencia de género por parte de la población (García, s.f.) y así convertirse en un satisfactor destructor de necesidades de entendimiento y libertad. Debemos entonces entender que la publicidad entonces utiliza un recurso público y que algunos de sus contenidos son factores de riesgo a la salud pública.

El noticiero televisivo es la principal fuente de consulta informativa en Uruguay (Alonso, 2013).

Su objetividad está determinada por la cantidad de empresas privadas que las financian, es decir que invierten dinero en publicidad en sus espacios (Bourdieu, 2010). Para aumentar su número de televidentes que se traducirá en dinero publicitario sus contenidos son producidos para captar la atención, dejando de lado muchas veces el objetivo de informar (Alvarez, 1988). Para esto se aborda la noticia desde una narrativa efectiva al sensacionalismo que utiliza a la violencia y a la trama "víctima y victimario" (Alvarez, 1988). Estas narrativas están producidas para darle al miedo y a la violencia en mensaje central que el espectador que decodifica el mensaje va a recibir, lo que produce una especie de reality show donde la persona "común" es la protagonista de una película de violencia policial en su ciudad o barrio (Alvarez, 1988). Esto crea un plano hiperreal

(Baudillard, 1978) que genera en la subjetividad de las personas la impresión de peligro hacia los demás. Estos contenidos promueven el miedo porque es su negocio el sumar televidentes que se identifiquen con lo que transmiten. (Baudillard, 1978).

Algunos informativos televisivos y el miedo resultan ser satisfactores destructores porque son promotores de la violencia y el miedo en la gente, y bajo el discurso de que informan, realizando de esta manera la necesidad humana fundamental de libertad (Max Neef (1986), están en verdad falseando las realidades sociales y están evitando la crítica constructiva sobre problemáticas reales destruyendo así la necesidad de entendimiento y de libertad.

Esta hiperrealidad construida a diario acerca del mundo y lo humano ¿que mensaje nos da acerca de como vivir la vida y convivir con los otros? ¿como afecta en nuestra calidad de vida?

Los contenidos que aquí mencionamos están visualizados desde la teoría de Max Neef, y por eso están focalizados desde la manera en que estos pueden destruir las necesidades humanas fundamentales, para acercarnos a entender como traen un daño a la salud pública de la población.

¿Que puede hacer la salud publica con respecto a esto?

¿Tiene sentido que la regulación de los medios formen parte también de la agenda de las políticas de salud?

Mientras se redacta este trabajo el senado uruguayo está aprobando una ley de Servicios Audiovisuales que tiene como una de sus finalidades regular por parte del estado el tiempo y contenidos de la publicidad en TV y radio. (Franco, 2014)

¿Podría haber aquí un espacio para la salud publica?

¿Se regularían los contenidos de los medios de comunicación si se visualizaran como factor determinante en la salud de las personas?

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alonso, E. (2013). *La ciudadanía y su relación con los servicios televisivos y los cambios tecnológicos: Estudio exploratorio 2011 – 2012 sobre indicadores de TV, regulación e institucionalidad en el país*. Montevideo: Prodic: Instituto de ciencia política. Extraído de www.biur.edu.uy
- Alvarez, L. (1988). *Los héroes de las siete y media*. Montevideo: Ediciones de la Banda Oriental.
- Barradas, R (2004). *Epidemiología social*. Revista Brasileira de Epidemiología, Vol 8 N°1 pag 7-17
- Baudillard, J. (1978), *Cultura y simulacro*. Barcelona: Editorial Kairós.
- Baudillard, J (1991). *La guerra del golfo no ha tenido lugar*. Barcelona: Ed. Anagrama.
- Bertrand, Y. (2013). *El mundo explicado a los niños*. Barcelona: Ediciones Oniro.
- Bourdieu, P. (2010). *Sobre la televisión*. Barcelona: Anagrama.
- Eco, U. (1988). *Apocalípticos e integrados*. Barcelona: Lumen.
- Faraone, R. (1998). *Televisión y estado*. Montevideo: Cal y Canto.
- Franco, F. (23 de diciembre de 2014) *Manos Arriba*. La diaria. Recuperado de <http://ladiaria.com.uy/articulo/2014/12/manos-arriba/>
- Galeano, E. (1990). *Las venas abiertas de América latina*. Montevideo. Ediciones del chanchito.
- García, (N). (Sin Fecha) *Trabajo final de máster. La mujer en la publicidad*. (Tesis de Master), Universidad de Salamanca, Salamanca. Recuperado de http://eva.universidad.edu.uy/pluginfile.php/321752/mod_resource/content/1/3.%20Garcia%20Perez%2C%20Noelia%20-%20MUJERES%20EN%20LA%20PUBLICIDAD.pdf

- Guatari, F. (2004). *Plan sobre el planeta. Capitalismo mundial integrado y revoluciones moleculares*. Madrid: Traficantes de sueños.
- Hobsbawn, E. (1998). *Historia del siglo XX*. Buenos Aires. Crítica.
- Homicidios que se ven por TV generan empatía en la gente. (24 de Mayo de 2012). *El Observador*. Recuperado de <http://www.elobservador.com.uy/noticia/224666/homicidios-que-se-ven-por-tv-generan-empatia-en-la-gente/>
- Langer, J. (1998). *La televisión sensacionalista. El periodismo popular y las “otras diferencias”*. Barcelona: Ed. Paidós.
- Max Neef, M. & Elizalde, A. (1986). *Desarrollo a escala humana. Una opción para el futuro*. Santiago de Chile: CEPAAUR.
- Saforcada, E. (2002). *Psicología sanitaria. Análisis crítico de los sistemas de atención de la salud*. Buenos Aires: Paidós.
- Sartori, G. (1998). *Homo videns. La sociedad teledirigida*. Buenos Aires: Taurus.
- Solanas, F. (Director y productor). (2004). *Memoria del Saqueo*. Argentina, Francia, Suiza: Cinesur SA, INCAA.
- Weinstein, L. (1989). *Salud y autogestión. La automedicina a examen*. Buenos Aires, Montevideo: Tupac Ediciones, Ed Nordan- Comunidad.