



**Universidad
Nacional
Villa María**

Biblioteca Central "Vicerrector Ricardo A. Podestá"
Repositorio Institucional

**El lugar de la noticiabilidad en la
construcción del discurso informativo.
Características de los acontecimientos que se
jerarquizan en los medios de comunicación
de la Provincia de Córdoba**

Año
2020

Autora
Corradini, Mariana

Este documento está disponible para su consulta y descarga en el portal on line de la Biblioteca Central "Vicerrector Ricardo Alberto Podestá", en el Repositorio Institucional de la **Universidad Nacional de Villa María**.

CITA SUGERIDA

Corradini, M. (2020). *El lugar de la noticiabilidad en la construcción del discurso informativo. Características de los acontecimientos que se jerarquizan en los medios de comunicación de la Provincia de Córdoba*. 2do. Congreso Latinoamericano de Comunicación de la UNVM, nuevos escenarios entre emergencias y conflictos. Villa María: Universidad Nacional de Villa María



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional

El lugar de la noticiabilidad en la construcción del discurso informativo. Características de los acontecimientos que se jerarquizan en los medios de comunicación de la Provincia de Córdoba

Eje 1: Especializaciones periodísticas

CORRADINI, Mariana

Universidad Nacional de Villa María

Arturo Jauretche 1555, (5900) Villa María

marianacorradini@gmail.com

Resumen

El lugar de la noticiabilidad en la construcción del discurso de la información es el eje de un proyecto de investigación que en el período 2018-2020 indagó, en la búsqueda de nuevas regularidades, en los valores noticia de los acontecimientos que se jerarquizan en los medios de comunicación del interior de la Provincia de Córdoba. Esto permitió identificar nuevas categorías vinculadas con los valores noticias, todas ellas relacionadas a los diarios de proximidad, pero también definir otras particularidades que hacen al discurso de la información que conforma las agendas publicadas de estos medios que se constituyen como los de mayor circulación en el interior cordobés. Así fue posible determinar en una primera etapa qué valores noticias se buscan en el hecho/acontecimiento como condición para su construcción como noticia. Esto a partir del análisis de la tapa de los medios mencionados y, en una etapa posterior y mediante entrevistas semi-estructuradas realizadas a los y las periodistas de esos medios, identificar cuáles son las fuentes de uso habitual, qué percepción se tiene de la audiencia, de qué manera se construyen esas percepciones y también conocer cuál es el concepto ético de periodismo con el que guían sus prácticas. Las que siguen son las conclusiones del proyecto “El lugar de la noticiabilidad en la construcción del discurso informativo. Características de los acontecimientos que se jerarquizan en los medios de comunicación de la Provincia de Córdoba”, inscripto en el Programa “Comunicación institucional, política y mediática: prácticas, agendas, discursos, redes en comunidades y territorios” del Instituto Académico Pedagógico de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional Villa María Convocatoria 2018-2020.

Palabras claves: Noticiabilidad – Agenda – Discurso

Introducción

El lugar de la noticiabilidad en la construcción del discurso de la información fue el eje de un proyecto de investigación que indagó sobre los valores noticia de los acontecimientos que se jerarquizan en los medios de comunicación del interior de la Provincia de Córdoba, concretamente en las ciudades de Villa María y San Francisco, en la búsqueda de nuevas regularidades en estos nuevos contextos tanto temporales como espaciales.

Este proyecto se denomina “El lugar de la noticiabilidad en la construcción del discurso informativo. Características de los acontecimientos que se jerarquizan en los medios de comunicación de la Provincia de Córdoba”.

Tiene los siguientes integrantes:

Directora: Dra. Mariana Corradini. Codirectora: Cinthia Ottaviano.

Integrantes: docentes Lisha Dávila Rodríguez, Paula Navarro, Pablo Correa, Germán Fassetta, Rodrigo Duarte. Egresados Franco Cervera, Ivana Acosta. Estudiante: Leandro Gottardi

Está inscripto en el Programa “Comunicación institucional, política y mediática: prácticas, agendas, discursos, redes en comunidades y territorios”.

Directora: Dra. Carla Avendaño Manelli. Codirectora: Dra. Malvina Rodríguez. Instituto Académico Pedagógico de Ciencias Sociales - Universidad Nacional de Villa María. Convocatoria UNVM 2018-2020.

El presente trabajo da cuenta de los principales hallazgos del segundo año de la actividad. Los hallazgos correspondientes a la primera etapa fueron presentados en el Congreso Latinoamericano de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Villa María, realizado en junio del año pasado.

En ese sentido cabe recordar que la investigación indagó sobre las características de los acontecimientos que se jerarquizan en los medios de comunicación de la Provincia de Córdoba, con especial mirada en los considerados diarios de proximidad (Corradini 2019) en tanto se tiene en cuenta que aunque se trata de medios con un área de distribución acotada, poseen alta incidencia en la estructuración de un tipo de realidad que se convierte en insumo para la configuración de la opinión pública de los sectores sociales en que circulan.

Como se conoce, las producciones textuales que se corresponden con los géneros informativos son resultado de un proceso productivo previo en el que es posible identificar los elementos constitutivos que tienen relación con las rutinas periodísticas.

Así la información no es sólo el producto de una manera de narrar que se organiza según tiempos, espacios, géneros o formatos, sino que también es el resultado de una forma de organización del trabajo periodístico que es determinante para la elección y jerarquización de unos acontecimientos en detrimento de otros.

Esta investigación se ubicó en el campo del estudio de la producción de la noticia, pero con la centralidad puesta en los valores de los acontecimientos que acceden a esa categoría para identificar regularidades que se dan entre medios de comunicación cuyo contenido tiene base local, identificar reconfiguraciones a partir del impacto de las nuevas tecnologías y desarrollar nuevas categorías que surgen en estos contextos particulares.

En el segundo año se avanzó en encontrar pistas sobre las lógicas que siguen los periodistas para la selección de los acontecimientos que luego serán parte del discurso informativo de la agenda publicada de estos medios, ya no quedándose solo en los medios gráficos sino ampliando la mirada a la radio, la televisión y los soportes web, siempre con clave local.

Desarrollo

En los contextos locales cientos de acontecimientos son identificados, valorados y convertidos en noticia para ocupar la superficie redaccional (en sentido amplio) de los distintos soportes. Pero para llegar a ese punto fue necesario, casi como punto de inicio, que un periodista identifique y determine, a partir de la aplicación de “filtros” propios de la profesión, que el hecho identificado es potencialmente de interés para un público meta que se conceptualizó con anterioridad.

La noticia es construcción de la realidad. Es la construcción que realizan periodistas y medios de comunicación para llevar a las audiencias esa porción del acontecer diario que eligen contar, cómo contar e incluso qué relevancia darle. Es el resultado de un proceso cuya trazabilidad se identifica en la noticia como producto terminado, que así se constituye en discurso autorizado para determinados sectores con los que consolida una visión del mundo compartida.

La noticia en particular y los medios en general construyen sentido. En ese marco resultan claves las definiciones que los periodistas toman en el marco del proceso de incluir,

excluir y jerarquizar información, organizando una mirada del mundo con aspiraciones de ser compartida por otros y con otros.

En palabras de Alsina (1989) medios y periodistas construyen “mundos posibles” a partir del “mundo real” que miran con los anteojos que les proporciona su propio “mundo de referencia”.

Esto sin desconocer la cantidad de condicionamientos sociales, económicos y políticos que cruzan ese proceso, tanto para la elección del acontecimiento como para su forma de construcción y jerarquización. Condicionamientos que van desde la línea editorial del medio hasta los posicionamientos personales de los periodistas.

Si las y los periodistas construyen mundos posibles, sobre la base de lo real y a partir de sus mundos de referencia, eso que muestran en la agenda publicada es la síntesis de su concepto de realidad que está históricamente anclado y que es un constructo que se supone compartido con las audiencias. Se comparten esos mundos posibles, la forma en que se lo cuenta e incluso la jerarquía que se da a un tópico por sobre otro.

Así la agenda publicada se presentará de forma ordenada a partir de una jerarquización que, aunque arbitraria, pretende responder a esos mundos compartidos y transformarse en una propuesta de realidad, también compartida.

El proceso y los resultados

Primera etapa

Tal como se publicó (Corradini, 2019), como primer paso para este trabajo se realizó un exhaustivo relevamiento bibliográfico para la construcción de un marco teórico colaborativo y fue a partir de ese marco teórico que se organizaron categorías de análisis que se aplicaron a un corpus constituido por 90 ediciones de los tres diarios de mayor circulación del interior de la Provincia: La Voz de San Justo (San Francisco), El Diario del Centro del País (Villa María) y Puntal Río Cuarto. El trabajo se hizo sobre las portadas, en tanto reflejo de los acontecimientos que, en una agenda de 24 horas, evidencian lo que para esos medios gráficos es lo más relevante de ese plazo. Tapas en tanto síntesis de las noticias que, desde la mirada de medios y periodistas, es lo que las audiencias tienen que conocer porque es lo más importante de lo acontecido en el último día. Una mirada sobre lo que se define como lo más importante.

En ese marco puede decirse que los diarios bajo análisis muestran más regularidades que puntos de diferenciación ya que, por su configuración como portavoces del acontecer local, entre el 80 y el 100 por ciento de los títulos de la portada tienen como condición básica, además de la novedad como valor noticia, la proximidad geográfica. Casi podría decirse que este segundo valor es el que se interrelaciona con el QUIEN, en tanto sujeto de la acción, para configurar la categoría de noticiable para el dato. Más que QUÉ pasó, como acción de relevancia, importa QUIÉN lo protagonizó como sujeto reconocido, también cercano geográfica y emocionalmente.

Así, según surge del análisis, al acontecimiento a nivel local se le exige al menos tres valores para su salto a la categoría de noticia: que sea novedoso, de ocurrencia próxima geográficamente y que involucre a personas/instituciones/organizaciones que se consideran relevantes por el lugar social que ocupan. Se avanza en una proximidad geográfica geolocalizada (Corradini, 2019) que hace aún más cercano a ese QUIEN

Segunda etapa

Durante esta segunda etapa, y con los hallazgos identificados, se avanzó en la realización de entrevistas semiestructuradas a periodistas que se desempeñan en los distintos medios de las ciudades de Villa María y San Francisco, ya no sólo los de soporte gráfico sino también televisión, radio y web. Se buscó a periodistas con capacidad decisoria en relación con la que será la agenda publicada. Las entrevistas fueron realizadas por Paula Navarro, Rodrigo Duarte, Pablo Correa, Ivana Acosta, Juan Cruz Baysre y Mariana Corradini.

En ese marco se hicieron 13 entrevistas semi estructuradas:

- Marcelo Rebuffo: Radio Show Villa María (radio con portal digital)
- Federico Magrín Torres: Villa María Ya (únicamente formato digital)
- Andrés Ferreras: Villa María Vivo (únicamente formato digital)
- Daniel Pastore: Radiocanal de San Francisco (TV, radio y portal digital)
- Francisco Martelotto: DiarioSports y Diario San Francisco (ambos únicamente formato digital)
- Franco Cervera: Radio Estación de San Francisco (radio y web)
- Gabriel Moyano: La Voz de San Justo (diario con soporte web)
- Miguel Borsatto: AM 930 Radio Villa María (radio con página web)
- Patricia Gatti: El Diario del Centro del País, de Villa María (diario con página web)
- Pablo Paredes: Diario Puntal Villa María (diario con página web)

-Nicolás Albera: El Periódico, San Francisco (publicación bisemanal con página web)

-José Menta: Canal 20 Villa María (TV abierta con presencia en redes sociales y canal de Youtube)

-José Álvarez: Mirate TV de Villa María (TV por cable)

A todos se les consultó, además de datos personales y de formación específica para la función que cumplen, sobre sus rutinas de producción periodística, el concepto de noticia y noticialidad en que sustentan decisiones, la relación con las fuentes (incluyendo consultas sobre las fuentes que les resultan más consultadas o más fiables), la percepción que tienen de la audiencia, cómo confirman esa percepción de manera concreta y también acerca del concepto de periodismo en que anclan sus prácticas.

Con ese cúmulo de información, se definieron para el análisis cuatro categorías que se consideraron centrales por su estricta vinculación con los objetivos de esta investigación:

-Valores noticias que se buscan en el hecho como condición para su construcción como parte del discurso de la información y destinada a la agenda publicada

-Fuentes de uso habitual

-Percepción de la audiencia y mecanismos que se utilizan para ratificar la certeza de esas percepciones

-Concepto ético de periodismo que guía sus prácticas.

Estas categorías surgen de la definición de un discurso de la información que, en relación con la práctica del periodista, debe pensarse en una triple dimensión ante la cual el periodista tiene directa y activa definición en la primera y la segunda, siendo no partícipe de la tercera pese a que es ese momento, o la concepción sobre los fenómenos que se producen en ese momento que es el de la recepción, el que marca los dos anteriores.

Se trata, como puede deducirse, de la producción como momento uno, la construcción del discurso de la información como segundo momento y la difusión como tercero.

Más allá de los soportes, en ese momento inicial se agrupan desde la identificación del acontecimiento periodístico o dato de interés hasta el contacto con la fuente (o de la fuente con el periodista en una doble vía no exenta de tensiones, complicidades y competencias) que ya no necesariamente se organiza a partir de una relación interpersonal. Le sigue la construcción del discurso de la información con las características propias del soporte que se utilizará para su difusión y luego la difusión/publicación. Pensar en ese público/audiencia meta es lo que marca

las etapas iniciales del proceso a partir de que se definen pensando en qué va a preferir o qué le va a interesar más.

Con esa visión del proceso, que marcó la organización de las categorías de análisis, es posible extraer diferentes conclusiones que nos permiten describir prácticas en su mayoría compartidas por los hacedores de los distintos medios de comunicación regionales, que exceden el condicionante que pueda ser el formato.

-Valores noticias que se buscan en el hecho como condición para su construcción como parte del discurso de la información y destinada a la agenda publicada

Se produce una ratificación de los hallazgos de la primera etapa de este trabajo, que por entonces se correspondieron con un análisis de contenido de los medios bajo análisis, y que ahora son verbalizados por los hacedores de la agenda publicada.

A los requerimientos esperables de PROXIMIDAD GEOGRAFICA y ACTUALIDAD se suma el conocimiento del QUIEN, en tanto protagonista del QUE. Es ese QUIEN conocido por su rol institucional deportivo, político o social el que convierte en noticiable todo lo que hace. Este reconocimiento no se agota allí sino que también alcanza a cualquier QUIEN de proximidad geográfica (actual o pasada) que protagoniza hechos inéditos de gran valor social e incluso disvaliosos.

Un requerimiento que se suma es la exigencia de INTERES GENERAL, concepto bastante ambiguo que es definido como el conjunto que constituyen hechos que a criterio del periodista van a interesar más al público que plantean como meta. Una exigencia de INTERES GENERAL que podría interpretarse como la conjunción de los valores noticia ya mencionados.

Y aparece la EMOTIVIDAD como exigencia, lo que a su vez se relaciona con una creciente aparición en las agendas publicadas de temas vinculados con lo social, que muchas veces dan cuenta de los logros de ese QUIEN capaz de logros deportivos, actos solidarios o altruistas.

Esto abre el acceso a la agenda para las buenas noticias alejadas del conflicto.

-Fuentes de uso habitual

Existe un unánime fenómeno de institucionalización de las agendas (Corradini, 2017). La fuente es institucional o no es. Esto reduce considerablemente la cantidad de voces que replican

en el discurso de la información. En esa lógica aparecen Municipio, Concejo Deliberante, Hospital, Policía, Instituciones Deportivas. Y con una lógica hasta organizada a partir de, por ejemplo, grupos de WhatsApp en el cual un emisor único e identificado, emite sus mensajes destinados al conjunto de periodistas.

“La agenda publicada es así muy permeable a las fuentes institucionales que terminan teniendo una alta participación en la superficie redaccional. Esas fuentes son parte de la red habitual de informantes, que por la ubicación que ocupan en las propias instituciones se convierten en conocidas y reconocidas. Conocidas por los periodistas y reconocidas por los públicos. Además, como punto a su favor, ya dieron prueba de su capacidad de generar información confiable, lo que simplifica cualquier proceso de verificación. Y también son fuentes activas, que muchas veces por propia iniciativa acercan el dato noticia” (Corradini, 2018).

Las agendas publicadas reservan escaso espacio para otras voces, aunque sí se da un fenómeno que amerita ser descrito y que tienen que ver con el rol de las redes sociales y los servicios de micromensajería como Twitter o el propio WhatsApp. Porque estos soportes se colaron en los procesos de producción periodística hasta tornarse imprescindibles e ineludibles.

En esos espacios virtuales muchas veces se busca-encuentra/ llega o se identifica el dato relevante que será clave en el proceso de producción periodística. La información proveniente de fuentes institucionales se publica casi sin corroborar, a partir de la confianza que éstas generan.

También siguen ocupando un lugar relevante como fuentes de consulta los OTROS MEDIOS y, por supuesto, las COBERTURAS propias del medio a través de sus periodistas.

Es la relación con OTROS MEDIOS la que también se muestra distinta a partir de que se otorga un lugar diferente a la primicia: que un tema haya sido publicado por un medio no hace que el resto no lo tome. Si cumple con los requisitos de noticiabilidad se recupera y se trata de encontrarle lo que los periodistas denominaron “otra vuelta novedosa” como mecanismo para superar la categoría de ya conocido que podría tener.

-Percepción de la audiencia y mecanismos que se utilizan para ratificar la certeza de esas percepciones

Los gustos y preferencias de las audiencias se miden, casi exclusivamente, a partir de la repercusión que cada uno de los discursos de la información tiene en las redes sociales. Esto a partir de que incluso los medios tradicionales tienen su soporte web. Allí utilizan las

herramientas propias de la página (Google Analytics, por ejemplo), o mecanismos más rudimentarios como puede ser la repercusión en redes (comentarios, me gusta, etc.). Tampoco se descuida como herramienta el teléfono de línea fija que utiliza el público receptor para dejar sus comentarios.

En relación con el interés del público según áreas temáticas, existe unanimidad en el orden, con los hechos policiales y judiciales en primera instancia y los de índole social en segunda. Después se inscriben los deportivos y los políticos, e incluso los económicos. Esto ubica a las secciones blandas (extendiendo el concepto a todos los deportes) ganando espacio por sobre las duras.

Como sección policial/ judicial tienen cabida desde accidentes hasta ilícitos, juicios relevantes, entre otros. En sociales se evidencia una cada vez mayor presencia en la agenda publicada de las historias de particulares cercanos geográficamente (actualmente o en el pasado). Son historias que generan impacto por la emoción que revisten: campañas solidarias, logros, proyectos, inventos, entre otros. Esto refuerza la idea de un protagonista próximo capaz de acciones extraordinarias o relevantes. Y ahí el punto de conexión. Una especie de paralelismo posible entre la vida del otro y el público: si el otro pudo, yo también puedo, lo que nos convierte a todos en potenciales protagonistas de esas históricas.

Esto genera el ingreso a la agenda publicada de las buenas noticias alejadas del conflicto, que cede y se corre del centro de la escena. Historias que se vinculan con la EMOCION en tanto nuevo valor noticia para el discurso de la información. Tienen como objetivo conmover por lo extraordinario y generar identificación entre el protagonista y el público receptor.

-Concepto ético de periodismo con el que guían sus prácticas.

Tres definiciones guiaron las respuestas de los entrevistados a la hora de la introducción del contenido ético del ejercicio de la profesión, repitiendo grandes máximas de lo que debe ser la tarea periodística: honestidad, búsqueda de la verdad y relato de buenas historias.

Ahora, y a partir de los pasos dados, los desafíos para la continuidad investigativa plantean diferentes aristas con nuevas preguntas, como por ejemplo: ¿Qué lugar ocupa el conflicto en las agendas publicadas?; ¿cuáles son los conflictos que acceden a ese lugar?; ¿cuáles son las voces autorizadas como proveedoras de ese conflicto?Ejes para lo que vendrá.

Bibliografía

Alsina M. (1996). *La construcción de la noticia*. Barcelona: Paidós.

Arrueta, C. (2011). *¿Qué realidad construyen los diarios? Una mirada del periodismo en contextos de periferia*. Buenos Aires: La Crujía.

Corradini, M. (2017). *La relación entre agendas, noticiabilidad y fuentes gubernamentales. Un caso local*. I Congreso de Ciencia Política UNVM / Congreso de Ciencia Política UNVM (31 oct - 02 nov 2017; Universidad Nacional de Villa María) ACTAS. Consultado el 10 de abril de 2020. http://catalogo.unvm.edu.ar/index.php?lvl=notice_display&id=34128

_ (2018). Local y novedoso, las dos claves para el acontecimiento. *Revista Científica de la REDCOM- RevCom*. Año 3 N° 6. Buenos Aires. Páginas 70-82

Corradini, M. (2018) *La institucionalización del conflicto en las agendas publicadas*. Análisis en Villa María. XX Congreso de Redcom y Primer Congreso Latinoamericano de Comunicación de la UNVM. Consultado el 11 de abril de 2020. http://biblio.unvm.edu.ar/opac_css/doc_num.php?explnum_id=2059.

_ (2019). *Los valores noticia del discurso de la información*. 1er Congreso Latinoamericano de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Villa María, articulando diálogos políticos y académicos en Ciencias Sociales. Villa María: Universidad Nacional de Villa María. Consultado el 10 de abril de 2020. http://biblio.unvm.edu.ar/opac_css/doc_num.php?explnum_id=2277

De Fontcuberta M. (2011). *La noticia: pistas para percibir el mundo*. Barcelona: Paidós

Martini, S. (2000). *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. Buenos Aires: Norma.

Martini, S. & Luchessi, L. (2004). *Los que hacen la noticia. Periodismo, información y poder*. Buenos Aires: Biblos.