



Observación y Análisis sobre la agenda periodística del noticiero **Telenoche**, de Canal 13, entre los días 06-10-2008 al 10-10-2008

\*

## PROYECTO DEL OBSERVATORIO

\*



LA PLATA, 16 DE OCTUBRE DE 2008

Agencia Periodística del Mercosur (APM)  
Facultad de Periodismo y Comunicación Social  
Universidad Nacional de la Plata (UNLP)  
Portal de Estudios en Comunicación y Periodismo (PECyP)  
COMUNICAN (Asociación Latinoamericana para la  
Comunicación Social)

**Director:**

Prof. Víctor Ego Ducrot

**Coordinador:**

Lic. Fernando M. López

**Observadores:**

Catalina Curciarello y equipo de *observadores primarios*



Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata

## **MUESTRA**

### **Noticiero TELENOCHE, de Canal 13, emitido de lunes a viernes de 20.00 a 21.30**

*Conducción: María Laura Santillán y Santo Biasatti*

*Deportes: José Antonio Gil Vidal y Sergio Gendler*

*Columnistas: Marcelo Bonelli, Gustavo Sylvestre, Joaquín Morales Solá y Eduardo van der Kooy*

*Gerente de noticias: Carlos de Elía*

*Producción general: Milena Zapata*

*Producción ejecutiva: Maximiliano Heiderscheid*

*Productora asociada: Lía Mormina*

*Producción periodística: Edgardo Alfano*

*Producción: Lara Krynveniuk, Ana Laura Pace, Federico Figueras, Rodolfo González Arzac y Julián Bourgarel*

*Prod. de móvil: Miguel Santiago*

*Producciones especiales*

*Producción ejecutiva: Ricardo Ravanelli*

*Coordinación de producciones: Fernando Vailati*

*Producción periodística: Fausto Jaime, Karen Emery, Miguel Acosta, Yanina Montanaro, Paula Bernini, Pablo Paolini y Santiago Do Rego.*

## **PERIODO OBSERVADO**

Entre el 6 y el 10 de Octubre de 2008.-

## **OBJETIVOS**

### **1. Objetivo general**

- Observar y analizar la cobertura realizada por ese noticiero televisivo durante el período señalado, con el fin de determinar los temas de agenda, construcción y posicionamiento editorial.

### **2. Objetivos específicos**

- Relevar, recopilar y seleccionar en forma permanente todas las piezas periodísticas que aborden las cuestiones establecidas como objeto de seguimiento, durante el período fijado.
- Determinar la intencionalidad Editorial del medio con respecto a los temas tratados.

- Elaborar y difundir un informe final, integrador de los informes de las Observaciones Primarias, con presentación de resultados, discusión de los mismos y conclusiones.
- El Observatorio es de carácter cuantitativo

## **MODELO TEORICO Y METODOLÓGICO**

El Observatorio de Medios de Argentina, de la Agencia Periodística del MERCOSUR (APM) –Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata (UNLP)- y el Portal de Estudios en Comunicación y Periodismo (PECyP) utiliza el modelo teórico metodológico denominado Intencionalidad Editorial.

Este modelo fue desarrollado por un grupo de Investigación Teórica de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP, dirigido por el profesor Víctor Ego Ducrot, y probado con eficacia por el Observatorio de Medios de APM desde el mes de mayo de 2006 y otros de carácter internacional, como los realizados por COMUNICAN sobre escenarios electorales de Venezuela, Bolivia, Chile, Perú y El Salvador.

Este modelo recoge, como aportes metodológicos, las herramientas de medición elaboradas por la socióloga y académica Maryclen Stelling, fundadora y directora del Observatorio de Medios de Venezuela, e integrante de COMUNICAN.

Entender la naturaleza de los medios a través de tal enfoque constituye un paso importante para asumir el estudio de los mismos desde de una visión totalizadora, que contemple la relación dialéctica entre los dos componentes fundamentales del proceso periodístico: la Objetividad, entendida como referencia a hechos susceptibles de ser confirmados y contrastados a través de diferentes tipos de fuentes; y la Parcialidad, entendida como la toma de posición de cada medio frente a esos mismos hechos.

En ese sentido, sostenemos que las producciones periodísticas son parciales (reflejan tomas de partido a favor o en contra de determinados intereses de clase o grupos) y tienen como objetivo final la creación de sentidos comunes hegemónicos.

La mayor o menor eficacia de esas operaciones dependerá del éxito con que las parcialidades sean presentadas y aceptadas como parcialidades universales y para ello todo sistema de producción periodística apela al “mito de la objetividad”, en el sentido de presentar a la misma asociada con una parcialidad específica.

El modelo Intencionalidad Editorial combina métodos de análisis cuantitativos y cualitativos. Los primeros apuntan a la obtención de datos estadísticos a partir de la selección de muestras conformadas por una cantidad específica de medios, durante un período de tiempo determinado y sobre unidades temáticas acotadas. Los segundos apuntan a un análisis contextualizado de las conductas mediáticas observadas, que permita brindarle al usuario del Observatorio un mapeo de las mismas y un plan de acción ante ellas.

Cada Observatorio contempla en su proyecto específico la posibilidad de trabajar sobre medios gráficos, televisivos, radiales y digitales.

### **BIBLIOGRAFÍA (Para abundar sobre el marco teórico del Observatorio)**

-AA.VV. "Intencionalidad Editorial. Un modelo para la producción y análisis de discursos periodísticos", Tram(p)as de la comunicación y la cultura, Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP, Año 4, Octubre de 2005.

-Ego Ducrot, Víctor. "Coca - Cola NO refresca mejor", APM, [http://www.prensamercosur.com.ar/apm/nota\\_completa.php?idnota=324/](http://www.prensamercosur.com.ar/apm/nota_completa.php?idnota=324/), 2 de diciembre de 2004

-Ego Ducrot, Víctor. "Intencionalidad Editorial. Una síntesis introductoria. Hacia un método propio del análisis del discurso periodístico", Revista Question, vol.6, <http://www.perio.unlp.edu.ar/question>, 25 de mayo de 2005.

-Espeche, Ernesto. "La investigación en los procesos periodísticos, PECYP, <http://www.pecyp.com.ar/254865249.pdf>

-Esperón, Carlos. "Manipulación: Despejar los reduccionismos para reformular el concepto", <http://www.pecyp.com.ar/254868576.pdf>

-Observatorio de Medios de la Agencia Periodística del Mercosur (APM), <http://www.prensamercosur.com.ar/observatorio/>.

Tesis y Observatorios consignados en el Portal para Estudios en Periodismo y Comunicación (PECy), [www.pecyp.com.ar](http://www.pecyp.com.ar) .

## **ALGUNAS ESPECIFICACIONES**

El Observatorio que presentamos en este Informe Final aplicó ese corpus teórico y metodológico y tuvo en cuenta el escenario nacional, regional e internacional, que actúa como contexto del tópico relevado, como así también todas las apariciones y manifestaciones mediáticas que involucren a los "protagonistas" seleccionados, desde los puntos de vista económico y financiero, político, diplomático e incluso el relativo a sus apariciones "anecdóticas", en muchos casos vectores informativos privilegiados.

Partimos de la base de que es un dato constatado por la comunidad académica especializada que el "sentido común" instalado en sujetos individuales y sociales que actúan como generadores o receptores de políticas públicas y tendencias privadas respecto del tópico de este Observatorio, están directamente influenciados por las agendas comunicacionales.

La selección del espacio noticioso de esta Observación está determinada por el alcance y la incidencia de pantalla y audiencia del mismo. También se tiene en cuenta el grado de influencia en el espectro político nacional.

Para el capítulo cualitativo del Observatorio y sus informes se tienen en cuenta informaciones y análisis sobre:

- Identidad empresarial y pertenencia corporativa del medio, estructura societaria e ingeniería financiera. Volumen y estructura de su negocio publicitario
- Relaciones del medio con el medio cultural, económico, social y político, tanto local como internacional.
- Antecedentes históricos, tanto desde el punto de vista de la propia conformación del medio como desde su posicionamiento ante hechos informativos de trascendencia.
- Características de las fuentes utilizadas y de la agenda seleccionada.

## **PLAN DE ACCIÓN**

Teniendo en cuenta los lineamientos de análisis cuantitativos y cualitativos que se inscriben en el modelo de Intencionalidad Editorial, el observatorio trazó un plan de acción que garantiza la obtención de los datos necesarios para un análisis exhaustivo del comportamiento de los medios seleccionados.

Una vez delimitada la muestra, se está en condiciones de iniciar un seguimiento diario del medio para identificar y cuantificar las piezas periodísticas de distintos géneros que traten el tema observado. Esto se hizo mediante una serie de planillas especialmente diseñadas para volcar en ellas los datos requeridos en la etapa cuantitativa del observatorio.

Los datos obtenidos se analizaron de forma estadística, clasificándolos según diferentes aspectos temáticos y formales.

Asimismo, se seleccionaron las piezas más relevantes que sirvan de base para el análisis cualitativo conforme al modelo de Intencionalidad Editorial. A este efecto, se examinaron indicadores de intencionalidad editorial, características de fuentes y agenda seleccionada.

Por otra parte, las piezas fueron sometidas a un proceso de contextualización analítica, tomando casos anteriores del mismo medio y de otros medios nacionales e internacionales sobre la temática, con el fin de compararlos entre sí y determinar el comportamiento histórico editorial de los medios involucrados.

Correo del Observatorio de Medios de Argentina  
[elobservatoriodemedios@gmail.com](mailto:elobservatoriodemedios@gmail.com)

Otros observatorios publicados

- ✚ **Una semana con Todo Noticias:** Observación y Análisis de las coberturas realizadas por el canal de televisión Todo Noticias (TN) sobre la agenda política nacional y especialmente sobre el desenvolvimiento de Cristina Fernández de Kirchner, entre el 28 de julio y el 1 de agosto de 2008  
**Disponible en** <http://www.pecyp.com.ar/0053.html>
  
- ✚ **El proyecto de la nueva Ley de Radiodifusión:** Observación y análisis de la cobertura realizada por los diarios Clarín, La Nación, Página 12 y Crítica de la Argentina sobre el proyecto de la nueva ley de Radiodifusión en Argentina, durante el período que abarca del 26 junio al 13 de julio de 2008  
**Disponible en** <http://www.pecyp.com.ar/0052.html>
  
- ✚ **La crisis entre las entidades patronales del agro y el Estado Nacional:** Observación y análisis de la cobertura realizada por los diarios Clarín, La Nación, Página 12 y Crítica de la Argentina sobre la crisis registrada entre las entidades patronales del agro y el Estado Nacional, durante el período que abarca del 1 al 15 de junio de 2008.  
**Disponible en** <http://www.pecyp.com.ar/0051.html>

Para más información sobre el Observatorio de Medios de Argentina  
<http://elobservatoriodemediosdeargentina.blogspot.com/>

Portal de Estudios en Comunicación y Periodismo (PECyP)  
[www.pecyp.com.ar](http://www.pecyp.com.ar)

Agencia Periodística del Mercosur (APM)  
[www.prensamerocosur.com.ar](http://www.prensamerocosur.com.ar)