

Universidad del Salvador

Facultad de Ciencias de la Educación y de la Comunicación Social

Licenciatura en Periodismo

Tesina

La construcción del mundo posible

Análisis de los casos de los noticieros de América y Telefe.

Realizado por: Antonella Laura Curti



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Directora de la Carrera de Periodismo: Prof. Lic. Ana Laura García Luna

Tutor de la tesina: Prof. Lic. Edgar Zavala

Asesor metodológico: Prof. Lic. Leonardo Cozza

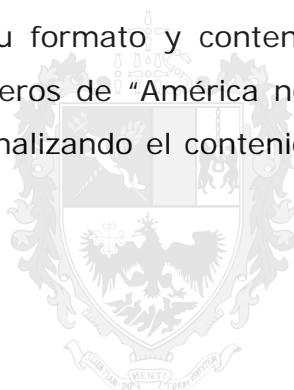
Asignatura: Tesina

Cátedra: Prof. Lic. Erica Walter y Prof. Lic. Leonardo Cozza

Esta tesina tiene como objetivo representar que los noticieros son una construcción artística de la verdad posible, afirmando que los noticieros televisivos construyen la realidad social.

La investigación abordará como principal concepto al mundo posible, entendido como la construcción cultural que realiza el periodista al identificar individuos a los cuales le atribuye propiedades, características y acciones que servirán para representar la visión del mundo posible que el informativo quiere transmitir.

La hipótesis de la investigación se basa en determinar cuál es el mundo posible que construye cada noticiero televisivo argentino, a través de un análisis cualicuantitativo que represente la construcción de la realidad social que expone cada noticiero, analizando su formato y contenido. Para esto, se tomaron como análisis de casos a los noticieros de "América noticias, segunda edición" y "Telefe noticias, segunda edición", analizando el contenido de la semana del 16 de abril al 20 de abril de 2012.



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Palabras claves: Noticieros, construcción, realidad, mundo posible, noticias.

*A mis padres, Graciela y Osvaldo, por el apoyo incondicional.
Agradezco a mi familia y amigos que me acompañaron e incentivaron cada día.*



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Índice

Introducción.....	3
1. Teorías de periodismo.....	7
1.1 ¿Qué es periodismo?.....	8
1.2 ¿Qué es noticia?.....	10
1.3 Teoría de la construcción de la noticia.....	13
1.3.1 Rutinas informativas.....	14
1.3.2 Proceso productivo de información.....	14
1.3.3 Noticiabilidad y valores noticia.....	16
1.3.4 Fuentes.....	20
1.4 Agenda <i>Setting</i>	22
1.5 Teoría de la construcción social de la realidad.....	25
1.5.1 Contrato de lectura.....	28
1.6 Mundo posible.....	29
2. La evolución del periodismo en televisión.....	33
2.1 El nacimiento de los medios de comunicación.....	34
2.2 Televisión.....	36
2.2.1 Desde la paleotv a la neotv.....	38
2.2.2 Noticieros televisivos.....	40
2.2.3 El formato neotelevisivo.....	41
3. Marco histórico.....	47
3.1 Nacimiento de la televisión.....	48
3.2 Evolución de los noticieros.....	53
4. Análisis de los casos.....	57
4.1 Universo.....	61
4.2 Análisis de la muestra.....	66

Conclusiones.....	173
Bibliografía.....	180
Reseña.....	184



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Introducción



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

La televisión es vista como la encargada de revelar qué es lo que sucede o acontece en el mundo y lo informa a través del noticiero que según la definición de la periodista Marcela Farré¹ en el libro "El noticiero como mundo posible", "es una construcción artística de la verdad posible" y se relaciona con una actividad simbólica e intencionada, cuyo contenido no es -ni puede ser- la realidad misma. Es decir, el noticiero narra una visión del mundo que es construida a través de las noticias que según la definición del investigador Miguel Rodrigo Alsina² en su libro "La construcción de la noticia", la noticia es "una representación social de la realidad cotidiana producida institucionalmente que se manifiesta en la construcción de un mundo posible". Por lo tanto, la visión que narra el noticiero se contrapone al fundamento que proponen los mismos noticieros que se presentan como los transmisores de la realidad social. En este punto, Alsina define al periodista como productor y autor de la realidad social y la construcción de los mundos posibles que se manifiestan en forma de noticia.

En la construcción de la noticia intervienen tres mundos distintos e interrelacionados: El mundo "real" que es la fuente que produce los acontecimientos que el periodista utilizará para confeccionar la noticia, correspondería al mundo de los acontecimientos; el mundo de referencia, aquel en el cual se puede encuadrar el acontecimiento del mundo "real" y permitirá determinar la importancia social del acontecimiento; y el mundo posible que será la construcción final de la noticia, teniendo en cuenta la construcción cultural que realiza el periodista porque el objetivo del mundo posible se focaliza en identificar individuos a los cuales se les puede atribuir propiedades, características y acciones y, servirán para representar la visión del mundo posible que el noticiero quiere transmitir. Como definimos anteriormente, el noticiero es una construcción artística de la verdad posible y, el periodista debe hacer parecer verdad el mundo posible que construye.

El problema que motiva la investigación se relaciona con el contenido de las noticias que transmiten los noticieros porque nos incita a preguntar si

¹ Farré, Marcela, "El noticiero como mundo posible", editorial La Crujía, Buenos Aires, 2004 p.21

² Alsina, Rodrigo "La construcción de la noticia", editorial Paidós, Barcelona, 1993, p.18.

¿constituyen un fiel y exacto reflejo de lo que ocurre en la realidad o es un producto de los medios de comunicación? En este punto, el autor del libro "Títulos y noticias", Carlos Holubica³ determina que "los periodistas construyen al igual que todas las personas la realidad de su entorno pero, además – a diferencia de otras personas–realizan una narración de esa realidad y la difunden, convirtiéndola en una realidad pública". Es así que el objetivo de la investigación se basa en poder representar que los noticieros construyen la realidad social.

Por lo tanto, la hipótesis de la investigación se basa en cuál es el mundo posible que construye cada noticiero televisivo argentino, a través de un análisis que determine cuál es la construcción de la realidad social que presenta cada noticiero, analizando su formato, estructura y contenido de las noticias.

La investigación se centrará en el análisis de los noticieros televisivos argentinos, bajo el eje articulador de las teorías del *newsmaking*, entendida como la teoría de la construcción de la noticia, agenda *setting*, construcción social de la realidad y la concepción de un mundo posible. El análisis de los noticieros se realizará a través de un análisis de contenido cualicuantitativo, además de la creación de una metodología para el análisis de los casos, teniendo en cuenta a los informativos de "América Noticias, segunda edición" emitido por el canal América de lunes a viernes de 19 a 20:30 horas y "Telefe Noticias, segunda edición" transmitido por el canal Telefe de lunes a viernes de 20 a 21:15 horas. Estos noticieros fueron seleccionados porque cumplen con los requisitos de una semana típica en el tratamiento de las noticias, es decir, se tendrá en cuenta como análisis de caso la semana del lunes 16 de abril de 2012 hasta el viernes 20 de abril de 2012.

Esta investigación contiene distintos capítulos que, en conjunto, nos ayudarán a comprender los resultados de la tesina. El capítulo uno es el eje articulador de nuestra investigación ya que centra las bases de las principales teorías que utilizaremos para representar el objetivo propuesto.

Las teorías de periodismo nos proporcionarán una definición de periodismo y noticia, caracterizando el papel de los medios de comunicación y del periodista,

³ Holubica, Carlos, "Títulos y noticias", editorial Agebe, Buenos Aires, 2006 p27 s

en particular, como creador de la noticia. Asimismo, tendremos en cuenta a las tres teorías que son la base de la investigación: la teoría de la construcción de la noticia desarrollando las fases del proceso productivo de la información teniendo en cuenta los criterios de noticiabilidad y las fuentes que componen la noticia; la teoría de la agenda *setting* que nos servirá para identificar cuáles son los temas destacados por los noticieros y la teoría de la construcción social de la realidad que nos ayudará a comprender cómo se construye la realidad social, y realizaremos un paralelo con la práctica del periodismo, resaltando el concepto de mundo posible propuesto por Umberto Eco, quien identifica al mundo posible como la construcción cultural que realiza el periodista que tiene como objetivo identificar individuos a los cuales se les puede atribuir propiedades, características y acciones, y servirán para representar la visión del mundo posible que el noticiero quiere transmitir, siendo la base de nuestra hipótesis.

El segundo capítulo está centrado en los medios de comunicación desarrollando su evolución hasta el nacimiento de la televisión para caracterizar el progreso del medio televisivo y su función social. También realizamos un desarrollo evolutivo de los noticieros televisivos haciendo principal referencia a la composición del formato informativo.

El tercer capítulo es la ubicación política y social del nacimiento de la televisión argentina y, la evolución de los principales noticieros argentinos que sirvieron para caracterizar a los informativos que componen nuestro análisis que será desarrollado en el cuarto capítulo en el cual se presenta y desarrolla la metodología de análisis teniendo en cuenta el universo y análisis de casos seleccionados para obtener una conclusión.

Capítulo 1
Teorías de periodismo



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

“¿Qué debe explicar una teoría del periodismo?, me pregunte un día. Y la respuesta vino a ser: una teoría del periodismo debe explicar cómo el medio decide qué va a decir y porqué”⁴.

Para definir el marco teórico de la tesina nos centraremos en la hipótesis sobre cuál es el mundo posible que construye cada noticiero televisivo argentino. El eje articulador de la investigación se centrará en las teorías de periodismo que sentarán las bases para la investigación teniendo en cuenta piezas fundamentales como la teoría del *newsmaking*, entendida como la teoría de la construcción de la noticia, agenda *setting*, la teoría de la construcción social de la realidad y la construcción del mundo posible.

¿Qué es periodismo?

El periodismo es un “método de interpretación sucesiva de la realidad social”⁵ porque es una práctica que ayuda a comprender la interpretación de la actualidad a través de la narración. Lorenzo Gomis, autor del libro “Teoría del periodismo. Cómo se forma el presente”, determina que:

“Tal interpretación resulta posible gracias a la reducción de la realidad a hechos que pueden comunicarse como noticias. Estas noticias, ampliadas por medio de reportajes y crónicas y comentadas en artículos, editoriales y debates radiados o televisados, forman la imagen cambiante de la realidad de que se sirve el público para estar enterado, comentarla e intervenir en ella y de que se sirven los mismos actores y protagonistas de las acciones sociales para lo mismo. Los medios actúan como mediadores generalizadores. Esa es su función social.”⁶

Varios teóricos acompañan la definición que propone el referido Miguel Rodrigo Alsina⁷, quien determina que “los *mass media* son los que crean la realidad social. Los acontecimientos son conocidos gracias a los *mass media* y se construyen por su actividad discursiva [...] Así pues, el proceso de la construcción

⁴ Gomis, Lorenzo “Teoría del periodismo. Cómo se forma el presente”, editorial Paidós, Barcelona, 1991, p.11.

⁵ Gomis, Lorenzo, Op. Cit, p.36.

⁶ Gomis, Lorenzo, Op. Cit, p.175.

⁷ Alsina, Rodrigo, Op. Cit, p.21.

de la realidad social depende enteramente de la práctica productiva del periodismo". En este caso diferenciaremos el planteo resaltando que el periodismo es un método de interpretación sucesiva de la realidad social que se transmite a través de un medio de comunicación. Por lo tanto, el periodismo construye la realidad social que es transmitida y conocida por el público a través de un medio y, como afirma Alsina, el proceso de construcción de la realidad social depende de la práctica del periodismo.

Queremos resaltar esta diferenciación porque el material de investigación utilizado destaca principalmente el papel de los medios de comunicación como creadores y transmisores de la realidad social cuando el proceso de recolección, selección y producción de la construcción de la realidad lo realizan los profesionales del medio de comunicación. De este modo, los medios actúan como mediadores entre la realidad construida y el público, y seguiremos el concepto propuesto por Alsina⁸, el cual establece que "los propios medios de comunicación son los primeros que se presentan como los transmisores de la realidad social". Es importante esta diferenciación porque para la investigación utilizaremos autores que definen el papel de los medios de comunicación como los creadores y difusores de la realidad social pero entendemos que la definición que realizan los teóricos se fundamenta sobre la base de un proceso en el cual forma parte la actividad periodística pero no es nombrada, es decir, la producción de las noticias es una actividad que se realiza pero es una fase que está oculta ya que no vemos como se realiza su producción, sino que "la autoimagen que pretenden transmitir (los medios de comunicación) de su trabajo es la de recolectores y transmisores de la información"⁹.

En el caso puntual del periodismo en televisión, corresponde a la actividad del periodista dar una visión concentrada de la realidad social porque "la realidad social verdadera, en directo, se diluye a largo del día y la noche, y parece lenta, difusa, aburrida"¹⁰. Es así como los productores periodísticos en conjunto con el periodista, lector privilegiado de los acontecimientos, construirán las noticias que

⁸ Alsina, Rodrigo, Op. Cit, p.9.

⁹ Alsina, Rodrigo, Op. Cit, p.10.

¹⁰ Alsina, Rodrigo, Op. Cit, p.18.

se ajustan a los criterios de tiempo y espacio para la difusión de los mundos posibles a través de la televisión que cumple la función de mediadores entre la realidad social y el público.

¿Qué es noticia?

La construcción de la realidad social se realiza a través de la narración de las noticias que cuenta con tres fases: producción, circulación y consumo. En esta investigación haremos principal hincapié en la producción y circulación, excluyendo el análisis del consumo por parte del público porque no nos centraremos en el análisis de los efectos en los espectadores.

El catedrático Rodrigo Miguel Alsina precisa que no existe un concepto universal de noticia sino que es el fruto de cada sociedad. Por eso, nos basaremos en la definición de noticia que propone el autor entendiendo a la noticia como la representación social de la realidad cotidiana producida institucionalmente que se manifiesta en la construcción de un mundo posible.

Como esta definición será una de las bases de nuestra investigación, analizaremos cada concepto puntualizando a la representación social como la reproducción de las propiedades de un objeto siendo esa reproducción una construcción mental del objeto y no un reflejo. Así es como la representación social se convierte en un instrumento gracias al cual el individuo aprehende de su entorno. El concepto de producción institucional se relaciona con el sistema productor de la noticia, la primera y principal etapa en la construcción de la noticia. Y por último, el concepto de la construcción de un mundo posible está vinculado con la teoría de los mundos posibles propuestas por el semiólogo Umberto Eco, quien compara la figura del periodista con la figura de un lector privilegiado de los acontecimientos, a partir de los cuales construirá mundos posibles que serán transmitidos al público a través de los medios de comunicación.

Resaltamos la importancia de esta definición porque consideramos que el periodista construye un mundo posible a través de las noticias que son

transmitidas por el noticiero. En este mismo sentido también haremos referencia a la definición propuesta por la autora Lucrecia Escudero:

“Como la particular construcción del discurso de la información que narra eventos factuales generalmente públicos, en un mundo posible que se supone sea el mundo real , bajo un formato gráfico-temático preciso e identificable: tiene un título que presenta el ‘topic’ o argumento principal a desarrollar y que puede operar directamente sobre un preconstruido negociado con el lector, un conjunto de subtítulos y ‘chapeaux’ que cumplen una función sumaria, y un dispositivo gráfico que encuadra las diferentes unidades temáticas con la paginación o articulación elegida por el medio”¹¹

Tomaremos la primera frase de esta definición ya que consideramos que la noticia es una construcción que narra eventos públicos en un mundo posible que supone ser el mundo real. Siguiendo el postulado de las investigadoras Stella Martini y Lila Luchessi, autoras del libro “Los que hacen la noticia. Periodismo, información y poder”, “el acontecimiento que es noticia en y para los medios (y para la sociedad) garantiza que la realidad no se detiene. El periodista tiene, pues, a su cargo una responsabilidad más grande: asegurar que el mundo siga andando”¹², teniendo en cuenta nuestro objetivo queremos determinar cuál es el mundo posible que cada noticiero construye y transmite a través del medio televisivo.

La información periodística está compuesta por hechos que transmite datos sobre un “hecho actual, desconocido, inédito, de interés general y con determinado valor político ideológico. A este hecho se le llama noticia”¹³. Las características que definen a la noticia son la novedad, imprevisibilidad y excepcional porque en el caso de la novedad se produce una ruptura en la rutina cotidiana, mientras que la imprevisibilidad y excepcionalidad construyen el relato que rompe con la repetición cotidiana dentro de la sociedad. El concepto de

¹¹ Escudero, Lucrecia, “Malvinas, el gran relato”, editorial Gedisa, Barcelona, 1996, p.73.

¹² Martini, Stella y Luchessi, Lila, “Los que hacen la noticia. Periodismo, información y poder”, editorial Biblios, Buenos Aires, 2004, p.110.

¹³ Castelli, Eugenio, “Manual de periodismo”, editorial Plus Ultra, Buenos Aires, 1996, p.47.

excepcionalidad se incluye dentro de las rutinas informativas porque la rutinización de lo excepcional es la marca distintiva en las noticias. En el caso de la noticia televisiva, el autor del libro "Periodismo en TV", Maury Green describe que las principales características tienen que ser la claridad y brevedad porque el conductor del noticiero sólo tiene una oportunidad para transmitir la información y lo debe realizar de forma clara y breve.

Es así como "la noticia no es el reflejo de lo real. Es una construcción compleja y acotada que refiere a múltiples sentidos de lo real"¹⁴. El concepto de construcción de la noticia se ubica dentro del proceso productivo de la información pero denota una imagen negativa porque al afirmar que es una construcción por parte de los periodistas remite a que puede ser inventado. Siguiendo el postulado de las investigadoras Martini y Luchessi, "todo relato es una construcción, y la noticia es un relato". Es así como la noticia se convierte en el elemento más importante del trabajo periodístico y de los medios de comunicación y "su valor se mide en términos de primicia y de espectacularidad, de centimetraje y de espacio en el aire, por ser tapa y tener una imagen de fuerte impacto y por la repercusión en el espacio público, sociedad y poder incluirlos"¹⁵

En el caso del noticiero se reconoce a cada noticia como las unidades que componen el formato del noticiero televisivo. La estructura de la noticia, según el postulado de Green¹⁶, exige la unidad aristotélica de estructura, la que siempre sigue una progresión de tres partes desde el clímax a las causas y desde éstas a los efectos, y el conjunto de noticias transmiten la información periodística que:

"organiza en cierta forma la vida cotidiana: a través de relatos, imágenes, opiniones, énfasis en ciertas agendas, serialización de un tema, clasificaciones y estereotipos permitiría a individuos y a colectivos pensar un sentido de la realidad, un qué y un cómo de lo que es relevante en un momento determinado"¹⁷

¹⁴ Arrueta, César, "¿Qué realidad construyen los diarios? Una mirada desde el periodismo en contextos de periferia", editorial La Crujía, Buenos Aires, 2009, p.65.

¹⁵ Op. Cit, Martini, Stella y Luchessi, Lila, p.107.

¹⁶ Green, Maury, "Periodismo en TV", editorial Troquel, Buenos Aires, 1973, p.114 s

¹⁷ Green, Maury, Op. Cit, p.111.

Para estudiar los procesos productivos de la información, en el cual el acontecimiento se transforma en noticia, se tomará como referentes dos investigaciones diferenciadas cronológicamente. La primera es la teoría del *newsmaking* que describe de forma completa el proceso productivo de la información que orientaremos a la producción televisiva y, la segunda teoría es la agenda *setting* que fue creada con anterioridad pero la tendremos en cuenta en segundo lugar porque se centra exclusivamente en la selección de la información dentro del proceso productivo.

Teoría de la construcción de la noticia

En los años '60 apareció un nuevo enfoque propuesto por investigadores que se interesaron en detectar cuáles son los criterios para seleccionar las noticias que servirán para transmitir la información y, plantearon las siguientes preguntas: ¿Qué imagen del mundo dan los informativos radiotelevisivos?, ¿cómo se relaciona esta imagen con las exigencias cotidianas de la producción de noticias en las organizaciones radiotelevisivas? Es así como estas preguntas describen los problemas que abarca la perspectiva del *newsmaking*, entendiendo a la construcción de la noticia como un "proceso que abarca todas las etapas y procedimientos a través de los cuales se elaboran las noticias (elección de fuentes informativas, selección del material disponible, jerarquización de la información, redacción y edición de las noticias)"¹⁸.

Para entender la teoría de la construcción de la noticia es necesario analizar cómo se producen las noticias en televisión. Por lo tanto, las fases del proceso productivo de información de la teoría del *newsmaking* se adaptarán al proceso productivo de un noticiero televisivo. Es decir, cada fase corresponderá a la fase de pre-producción, producción y post-producción teniendo en cuenta las rutinas informativas, la noticiabilidad, los valores noticias y las fuentes.

¹⁸ Holubica, Carlos, Op. Cit. p.45.

Rutinas informativas

Como determinan las autoras Stella Martini y Lila Luchessi, "la comunicación por los medios responde a lógicas complejas y a una determinada visión de la realidad pero también organiza, como toda práctica, rutinas para sistematizar la producción." Es importante hacer hincapié en la rutinización del trabajo periodístico porque cumplen un papel clave en la teoría de la construcción de la realidad social.

Las rutinas del trabajo periodístico son prácticas que los profesionales del medio repiten diariamente como un ritual dentro del proceso productivo de información televisiva. Este proceso depende de las condiciones económicas, técnicas y humanas que posee cada emisora porque condicionan la cobertura, tratamiento y el resultado final que se le ofrece al televidente.

El concepto de rutina informativa se asocia con las fases principales del proceso productivo de información televisiva. Se pueden diferenciar tres fases: pre-producción, producción, post-producción.

Proceso productivo de información

La **primera fase** corresponde al proceso de pre-producción en el cual se conciben y deciden los acontecimientos que se convertirán en noticias.

La recogida del material informativo puede ser sobre la base de información que posee el medio, ya sea propia o suministrada por las agencias de noticias, diarios y radios. Es frecuente la elección de información proveniente de agencias para luego publicarlo como noticias porque sólo son necesarios los retoques estilísticos y un enfoque visual con imágenes. Es así como "la estructuración del texto y el 'corte de la noticia' están en gran parte predeterminados en la fase de recogida y el periodista se limita a una función de reajuste marginal"¹⁹.

De esta forma se finaliza con el mito que establece que el periodista está continuamente produciendo y buscando información, ya que la forma de organizar la recogida de la información noticiable se realiza a través de canales

¹⁹Mauro Wolf, "La investigación de la comunicación de masas", editorial Paidós, Barcelona, 1985, p.251.

que resulten fácilmente incorporables en los procesos productivos de información y se vincula con la necesidad de rutinizar el trabajo porque una vez obtenida la información se reparten las funciones dentro del equipo de trabajo. Por lo tanto, el comienzo del proceso productivo de información es de suma importancia porque se decide la organización, planificación de la información y los acontecimientos que serán noticiables, fusionados con las decisiones técnicas para cada noticia.

La **segunda fase** del proceso es la producción que puede entenderse como el proceso de recogida de la información que debe realizarse bajo las rutinas informativas para favorecer la agilidad del trabajo. Es decir, el equipo de producción se reúne unas horas antes de la emisión del noticiero con las noticias disponibles hasta ese momento, las previstas en la agenda y las que se consigan mientras se prepara el programa, para decidir qué se quiere informar. A partir de allí, se discute cómo hacerlo, según los criterios disponibles y la duración del programa, se seleccionarán qué noticias irán y cuáles no, determinando la cobertura y tiempo que se le dedicará a cada una y, así se conformará el guión o rutina teniendo en cuenta el formato del programa. Pero el proyecto del programa se confecciona hasta el momento de la emisión del noticiero, en el caso que lleguen noticias de mayor trascendencia y sea necesario incorporarlas.

Las decisiones deben ser respetadas por todas las personas que trabajan en el noticiero porque logrando la unanimidad del trabajo periodístico comienza a delinearse el perfil del noticiero que se relaciona con la construcción del mundo posible, ya que los objetivos que el informativo quiere representar lo realiza a través de las construcciones de las noticias.

Esta segunda fase corresponde a lo que Wolf denominó como:

“La fase de confección y presentación de los acontecimientos en los límites de formato y duración de los informativos consiste precisamente en anular los efectos de los límites provocados por la organización productiva, para ‘devolver’ a la información su aspecto de espejo de lo que sucede en la realidad exterior independientemente del aparato informativo”²⁰

²⁰ Wolf, Mauro, Op. Cit, p.279.

La **tercera fase** corresponde al proceso de post-producción en el cual se realiza la selección y tratamiento definitivo porque se aceptan o descartan datos, imágenes y sonidos. Es decir, se efectúa la compaginación y edición de las noticias a cargo del editor, quien bajo los lineamientos y sugerencias del productor arma una nota sumándole su aporte artístico porque ordena y vincula las imágenes, sonidos y textos y, define la duración e integración de los efectos especiales que permite incorporar títulos, rótulos, música y diversos efectos que más adelante denominaremos recursos ficcionales. Es así que el material debe representar una idea que se establece a través de un desarrollo coherente sobre lo que se quiere decir, a quién se dirige el tema, qué elementos o recursos ficcionales pueden incorporarse.

Por lo tanto, según Mauro Wolf las fases anteriores ayudan a descontextualizar el acontecimiento del “marco social, histórico, económico, político cultural en el que se producen y en el que son interpretables (...) En esta última fase productiva se realiza una operación inversa de recontextualizarlos pero en un marco diferente, en el formato informativo”. Es así como el conjunto del proceso productivo tiene como objetivo aportar “a la formación de la opinión pública, consolidan los imaginarios sociales, construyen una parte de la realidad social, y posibilitan a los individuos el conocimiento del mundo al que no pueden acceder de manera inmediata”.

Marcela Farré resume de manera explicativa el proceso de producción de la noticia:

“Elegir que algo es noticia, filmarlo con un estilo y enfoque, editar, armar y pronunciar un guión, ubicar la nota en un segmento específico, presentar y comentar el informe, son todas decisiones que pasan por una cadena larga- y con algún eslabón inidentificable- en la producción de la noticia”²¹

Noticiabilidad y los valores noticia

Dentro del proceso de producción aparecen dos conceptos clave: La noticiabilidad y los valores noticia.

²¹ Farré, Marcela, Op. Cit, p. 35.

El concepto de noticiabilidad se refiere a los criterios que determinan que un acontecimiento sea considerado noticia por el periodista. Stella Martini²² determina que “puede ser definida como la construcción periodística de un acontecimiento cuya novedad, imprevisibilidad y efectos futuros sobre la sociedad lo ubican públicamente para su reconocimiento”. Es decir que está constituida por el conjunto de requisitos que se exige a los acontecimientos para que pueda ser publicado.

El referido Wolf²³ define a los valores noticia como un componente de la noticiabilidad, es decir como las cualidades de los acontecimientos que construyen su relevancia porque representan la respuesta a la siguiente pregunta: ¿qué acontecimientos son considerados suficientemente interesantes, significativos, relevantes, para ser transformados en noticia? Las principales características de los valores noticia es que son los criterios utilizados para seleccionar la información, además de servir como guías para la presentación final de la información porque sugiere sobre lo hay que enfatizar, omitir o priorizar. Es así como podemos definir a los valores noticia como las reglas prácticas que están presentes en el proceso de selección de la información por parte de los periodistas.

Mauro Wolf²⁴ en su libro “La investigación de la comunicación de masas. Críticas y perspectivas”; y Stella Martini²⁵, autora de “Periodismo, noticia y noticiabilidad”, describen los valores noticias:

Novedad: Es la marca que define a la noticia porque implica la existencia del hecho como ruptura. Está relacionada con la producción de información seriada que deben ser alimentadas con más información cada día.

Originalidad, imprevisibilidad e ineditismo: Refuerza al valor noticia de la novedad del hecho porque permite el énfasis, apela a la curiosidad e inquietud.

²² Martini, Stella y Luchessi, Lila, Op. Cit, p.33.

²³ Wolf, Mauro, Op. Cit, p. 222.

²⁴ Wolf, Mauro, Op. Cit, p. 222.

²⁵ Martini, Stella, Op. Cit, p.35

Evolución futura de los acontecimientos: El significado que adquiere el acontecimiento está dado por las expectativas de la sociedad. Se presenta como un hecho que debe resolverse o tener un desarrollo secuencial durante varios días.

Importancia y gravedad: Se mide en varios niveles, y el central es la incidencia sobre la vida de la sociedad. Se trata de un valor noticia que prioriza otros valores como la cantidad, jerarquía de las personas implicadas en el hecho, proximidad y consecuencias. Por ejemplo, las noticias nacionales pesan más que las internacionales a menos que las internacionales refieran a hechos que implican a la Nación. Las noticias locales son más relevantes cuando afectan a un gran número de personas, y tienen consecuencias sobre el futuro.

Proximidad geográfica de un acontecimiento: Cuanto más cerca ocurra del público, será más noticiable. En el caso de la información televisiva, las imágenes impactan por el reconocimiento posible, y se asocia con la cantidad de las personas implicadas.

Magnitud por la cantidad de personas o lugares implicados: Se relaciona con la implicación del público al que la noticia va dirigida e implica su gravedad.

Jerarquía de los personajes implicados: Son los hechos relacionados a personajes conocidos que son noticia porque provocan un sentimiento de empatía con los personajes o situación.

Inclusión de desplazamientos: Es significativa tanto para los conjuntos de personas (una manifestación, una procesión religiosa) como para los individuos públicos reconocidos (viajes de un presidente o de un artista famoso). Estos hechos resultarán útiles para el periodista porque son hechos anunciados, previstos y organizados. Por lo tanto resultarán más fáciles de abordar ya que son muy adecuados para la televisión por su carácter visible, notorio y espectacular.

Comprensión e inteligibilidad de un acontecimiento: Este valor noticia impide la confusión porque cuando un hecho no es comprensible, el periodista lo filtra o espera obtener mayor información a través de las fuentes. Es así que un acontecimiento comprensible permite mostrar los resultados y