

FICHA DE CÁTEDRA 7

La selección, jerarquización y construcción de la información es posiblemente el proceso más importante en el ejercicio del periodismo. Si bien existen numerosas acciones que intervienen en las rutinas habituales de todo trabajador de la prensa, el momento de decidir si un acontecimiento debe ser considerado noticia es determinante. ¿Qué criterios prevalecen en la toma de decisiones? Si los parámetros fuesen uniformes y objetivos, las noticias que publican los medios serían exactamente las mismas. Sin embargo, esa no es la realidad.

En el proceso de selección de la información intervienen diversos criterios de noticiabilidad, que seguramente ya se abordaron en otras materias, como el del interés según el área geográfica, la cantidad de personas a quienes afecta el suceso o lo insólito o extraordinario que resulte el acontecimiento. En términos prácticos, para un periodista de una radio de Concordia ciertamente le resultará absolutamente intrascendente un accidente de tránsito en las afueras de Rawson. Sin embargo, cobrará otro sentido si ese accidente lo protagoniza el intendente de la ciudad.

Sin embargo, en el proceso de selección existen también otros factores que no son tan evidentes o que al menos requieren indagar un poco más para comprender los motivos por los que se incluyó o excluyó determinado acontecimiento: la ideología del periodista, sus vivencias personales, los intereses económicos y políticos de la empresa periodística o de sus propios anunciantes constituyen elementos que también intervienen en este proceso.

Del mismo modo, estos criterios intervienen en el otro concepto, que es el de la jerarquización. Así como se elige qué se publica y qué no, también hay un proceso por el cual se determina qué noticia es más importante y cuáles tienen menos relevancia. Por eso, podemos observar que un suceso es título de tapa en un matutino o estar en página 44 en otro (con suerte).

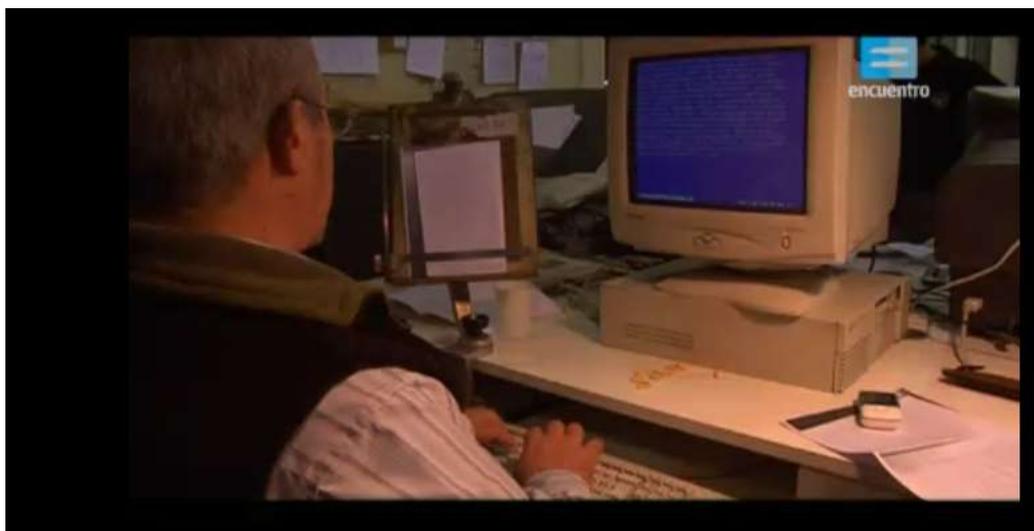
Esta combinación de procesos de selección y jerarquización de la información nos hace pensar que, entonces, lo que leemos/escuchamos/vemos en los medios de comunicación es el resultado de un proceso de construcción periodística de la realidad. Así como cada uno de nosotros posee una explicación y tiene una opinión sobre el mundo que nos rodea, lo que los medios

de comunicación difunden no es más que su propia visión del mundo, sesgado por su ideología y sus intereses, sean políticos o económicos.

Hacer análisis de la información con una visión crítica sobre lo que publican los medios, es ver más allá de lo que dicen para comprender por qué nos dicen lo que dicen y qué visión del mundo desean que tengamos. ¿Por qué un diario que critica fuertemente la regulación del mercado de la telefonía celular e internet no puede decir que la empresa propietaria del diario también posee una compañía de telecomunicaciones móviles y otra que concentra a más del 50% de los usuarios residenciales de internet? ¿Sería una estafa a sus lectores desprevenidos no aclarar que son parte interesada en el conflicto? ¿Se critica la medida por convicción o por interés corporativo? ¿Hay información balanceada?

Tener registro de qué se publica, qué no, con qué relevancia y qué palabras se utilizan es un camino fundamental para analizar y comprender por qué nos dicen lo que nos dicen.

Así como marcábamos la importancia de la prensa gráfica en la determinación de la agenda de discusión de la opinión pública, te invitamos a mirar el siguiente capítulo de la serie documental *En el medio*. Tiene algunos años, pero resultan interesantes los testimonios de los protagonistas de las redacciones en relación al proceso de selección, jerarquización y construcción de la información:



www.encuentro.gob.ar/programas/serie/8103

BIBLIOGRAFÍA PARA ESTA CLASE:

BARBOZA, Walter y PERCO, Marcos. *Los medios y la construcción social de la realidad*. Apunte de Cátedra, Taller de Análisis de la Información, Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP. La Plata, septiembre de 2020.

[DESCARGAR ACÁ](#)