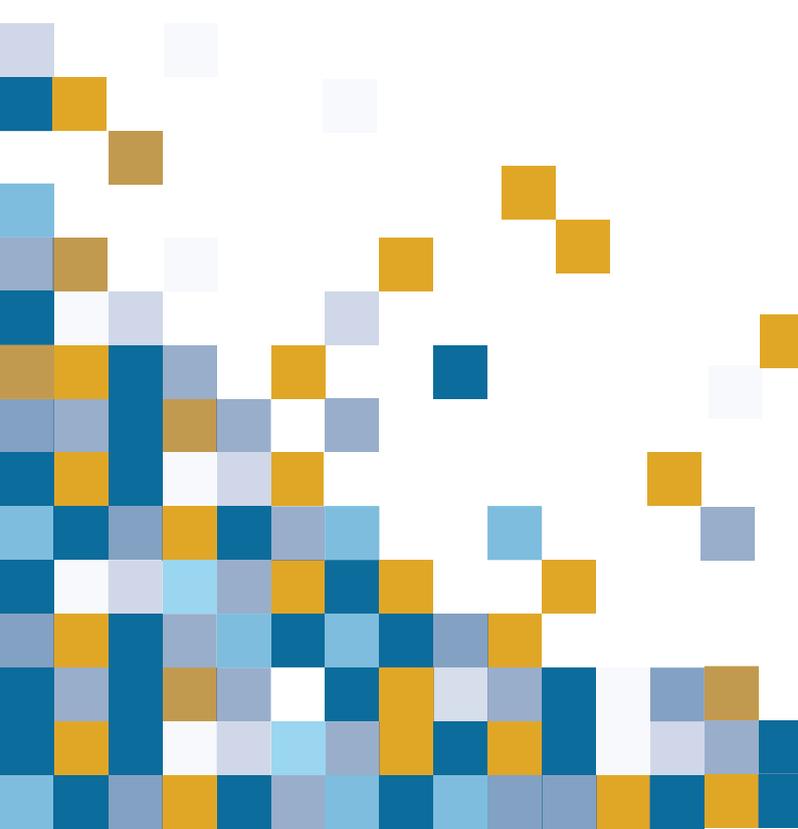




LA GRIETA PERIODÍSTICA UNA INVESTIGACIÓN PRELIMINAR



FOPEA
FORO DE PERIODISMO ARGENTINO





LA GRIETA PERIODÍSTICA UNA INVESTIGACIÓN PRELIMINAR

UN ESTUDIO REALIZADO POR
EL OBSERVATORIO DE LA TELEVISIÓN
DE LA FACULTAD DE COMUNICACIÓN
DE LA UNIVERSIDAD AUSTRAL.

RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación pretendió realizar un diagnóstico preliminar acerca de cómo, en determinados canales de televisión argentinos (tanto de TV abierta como de cable) y su respectiva programación periodística, se ponen en evidencia o no, las posturas ideológico/políticas de los periodistas que los conducen. La llamada “grieta” en el periodismo local necesita comenzar a medirse y este abordaje intentó ofrecer una primera mirada sobre el tema. El objetivo inicial es presentar una matriz de análisis para medir la grieta y difundir los resultados iniciales.

Tomando 7 canales (4 de cable: C5N, LN+, TN y A24 y 3 de aire: canal 7, el canal público, El Trece y Telefé) en la franja horaria de 18 a 22, se analizaron los programas periodísticos que en ese horario se desarrollaron durante la primera semana de noviembre de 2021 (1 al 5 de noviembre inclusive, semana anterior a las elecciones oficiales del mes de noviembre del presente año).

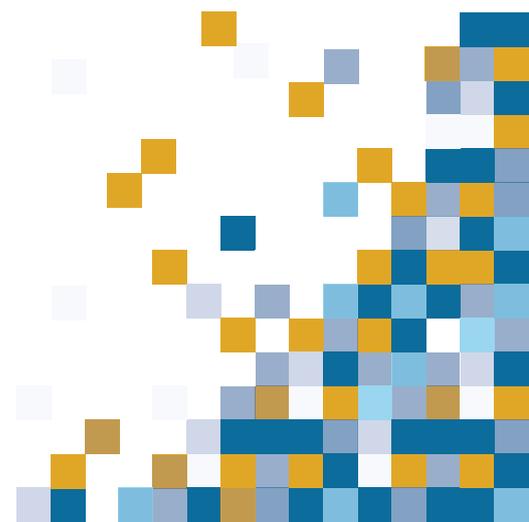
A través del análisis se han identificado cuestiones vinculadas a la estructura narrativa, formales, de nivel de interés de la audiencia y de carga ideológica.

A modo de conclusiones generales cabe señalar:

- Los noticieros son el género que menos grieta presentan.
- Reflejan una mirada política que puede encuadrarse sólo

tangencialmente alejada de la grieta. En otras palabras, invitan a la audiencia a que “elija” a qué político dirigirle el odio que le producen, por ejemplo, los casos de inseguridad. Así, desde la línea editorial fomentan indirectamente a la grieta.

- La TV abierta apela a los valores implícitos compartidos. En cambio, el cable desde el mayor tiempo con que cuenta para el desarrollo de los temas en sus programas de opinión, en lugar de dar profundidad, provoca redundancia y refuerzo de la univocidad.
- La TV Pública se destacó por un bajo índice de apelación a la grieta.
- En los programas analizados de las señales de cable, el factor del programa que profundiza la grieta no es la magnitud de la carga ideológica sino la falta de desacuerdos entre los periodistas del canal, el foco considerable en el personalismo, y la reducción de toda la compleja cosmovisión de la oposición y sus múltiples derivados al concepto abstracto de “odio” y de anti-democracia.
- Es claro cómo al momento del estudio la grieta se da principalmente entre las señales de C5N y La Nación +.
- Se pasa de la grieta entre personas/líderes a la grieta entre periodistas y de allí a una grieta que “rinde” en términos de rating y anzuelo para el espectador.
- Fogoneando la grieta se apela a la responsabilidad de un periodismo partidario y se describe la necesidad de proteger la libertad de expresión por fuera de la grieta. Ahora bien, se llama por ej. autoritario al gobierno en esta denuncia de naturaleza democrática, y así se está incorporando a la grieta de facto y sin escapatoria.





SOBRE LA GRIETA Y ESTA INVESTIGACIÓN

La presente investigación pretendió realizar un diagnóstico preliminar acerca de cómo, en determinados canales de televisión argentinos (tanto de TV abierta como de cable) y su respectiva programación periodística, se ponen en evidencia o no, las posturas ideológico/políticas de los periodistas que los conducen. La llamada “grieta” en el periodismo local necesita comenzar a medirse y este abordaje intenta ofrecer una primera mirada sobre el tema. El objetivo inicial es presentar una matriz de análisis para medir la grieta y difundir los resultados iniciales.

Tomando 7 canales (4 de cable: C5N, LN+, TN y A24 y 3 de aire: canal 7, el canal público, El Trece y Telefé) en la franja horaria de 18 a 22 h, se analizaron los programas periodísticos que en ese horario se desarrollaron durante la primera semana de noviembre de 2021 (1 al 5 de noviembre inclusive, semana anterior a las elecciones oficiales del mes de noviembre del presente año).

Se aplicó una matriz de análisis para detectar, entre otras categorías, la estructura de cada programa (la jerarquía y orden de los temas tratados, duración de cada nota o tema), los recursos formales más destacados (relación entre banda de imagen y banda de sonido, tipos de planos que predominan, criterios de edición), el grado de interés de sus contenidos en relación con la captación de la audiencia y la carga ideológica presente (a partir del análisis del lenguaje, de los comentarios, de términos precisos, de la presencia de las redes sociales, del rol de el o los conductores y los panelistas o columnistas si los hubiere), como las variables principales. En el marco del concepto amplio de ideología, definimos dos conceptos asociados que nos permiten delimitar nuestra propuesta. La línea editorial y la grieta.

Entendemos por línea editorial de un medio a la orientación permanente de sus publicaciones:

- intencionalidad de sus editoriales,
- selección de sus columnistas,
- personajes que se entrevistan o que se silencian,
- hechos que se destacan o que se omiten, enfoque habitual de las noticias.

Así, cada periodista está influido por el conocimiento sobre la orientación ideológica del medio, el conocimiento sobre los intereses de los lectores/espectadores/usuarios, los deseos del editor, el estilo formal y el léxico del medio. Quienes reconocen que la ideología incide en la elaboración de la

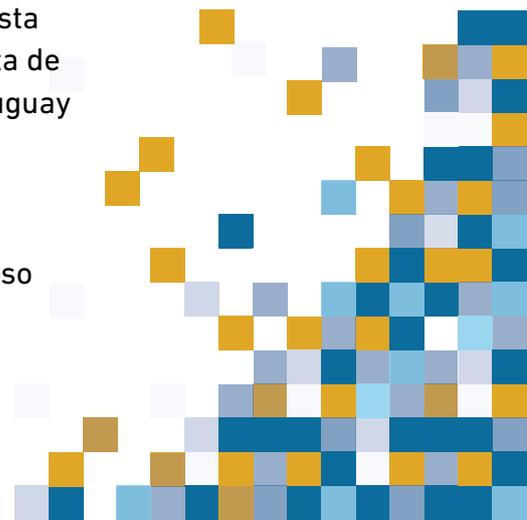


información consideran en general que es algo no deseado pero inevitable.

Origen y definición del concepto de grieta

La noción de grieta en el ámbito periodístico local, se remite al periodista Jorga Lanata como el que introduce el término, en el marco de una nota de Página 12, de 1989, a raíz del referéndum que se llevó adelante en Uruguay por la revocación ley de amnistía para los perpetradores de la última dictadura (1973 –1985).

Luego en 2006, en un documental del mismo periodista sobre el Proceso de Reorganización Nacional el término es usado para referir a la





separación entre los que estaban a favor de la dictadura y los que no (en Sentir la grieta - Universidad Nacional de General Sarmiento) .

Será el mismo Lanata quien lo usa en 2009, en una entrevista para referirse a “la crisis de representación que se originó desde el 2001” (en Sentir la grieta - Universidad Nacional de General Sarmiento).

En este recorrido atribuido a Lanata, el periodista se refirió a “una ‘grieta irreconciliable’ en la sociedad argentina que ‘es lo peor que nos pasa’, según dijo. En ese sentido, explicó que se trata de un fenómeno que trascendió lo político y que se convirtió en ‘cultural’ y que permanecerá aun cuando el gobierno termine su mandato”. Fue en la entrega de los Premios Martín Fierro del año 2013 que reinstala el término en su discurso de agradecimiento, focalizando sus palabras con una acepción más moderna del concepto .

Más tarde, en un programa de La noche de Mirtha, del 19 de marzo de 2016, Lanata le dice a la conductora que el término surgió en un documental sobre la dictadura militar. Ambos coinciden en que sufrieron personalmente la grieta .

Desde la perspectiva académica, el término entra al mundo del debate en profundidad a partir de 2018.

Es sinónimo de “tribalismo” (Nogués, Pensar con otros. Una guía de supervivencia en tiempos de posverdad, 2018): como “pertenencia a un grupo humano, que funcionaría como una tribu opuesta a otra”.

A su vez Denise Córdoba, Aylén Escalante y Agustín García (García, L. A., Córdoba, D. M., & Escalante, A. M. (2019). Sentir la grieta. In XXI° Congreso de la Red de Carreras de Comunicación Social y Periodismo. Escuela de Ciencias de la Comunicación, Facultad de Humanidades (UNSa) acotan que “el concepto de la grieta se constituyó como una construcción mediática, que da cuenta, en su interior, de la representación de dos perspectivas ideológico-políticas, que se oponen y polarizan en la sociedad argentina

actual”.

Ezequiel Adamovsky (Revista Anfibia, 2018) ha afirmado: “la grieta como incapacidad de construir un “nosotros” que aborde a todo el país, como una nación dividida en que una mitad exige a la otra “que deje de ser lo que es”.

Para esta investigación hemos adoptado el concepto de grieta propuesto por la Dra. Patricia Nigro en su texto: La responsabilidad del periodismo en la polarización política de las audiencias de las redes sociales (2021, Más poder local, (44), 34-53), quien afirma que es un término que se usa con frecuencia en la Argentina y “supone dos modos de ver la realidad, antagónicos y casi enemigos a ultranza”. La presenta así como sinónimo o una forma de polarización.

Adriana Amado y Nicolás Rotelli han dicho en su capítulo “El periodismo a diario: modelos profesionales en la prensa gráfica argentina” que: “El periodismo argentino es una profesión muy opinada pero poco conocida en la complejidad de sus circunstancias.”

Intentaremos proponer una grilla posible para medir parte de esta complejidad, dado que la grieta ya está instalada y es el punto de partida del debate. La grieta está, es un relato in media res. Ya está preconstruida y es nuestro punto de partida o piso, ya lo decía Verón: “Cada medio lo que hace es tomarla y reproducirla, extenderla y hacerla funcional a su propio contrato de lectura” (en Zullo, Julia, La polarización como metáfora. El uso de la grieta en dos periódicos argentinos, RALED, 2021).

Metodología

Se ha elegido un corpus de análisis de 7 canales de aire, 3 de TV abierta y 4 de cable.

En un período que abarcó una semana del mes de noviembre de 2021, en el horario de 18 a 22h, dando un total de horas de visionado de 107,5 horas. Esta semana se seleccionó por tratarse de la semana previa a las elecciones legislativas llevadas a cabo el domingo 14 de noviembre. No tomamos esa misma semana de las elecciones, por estar afectadas por la veda electoral previas al escrutinio, lo que dejaba el día viernes fuera del corpus. Por ello, para estar cercanos a esta coyuntura y a su vez contar con los 5 días hábiles de la semana, se tomó la que transcurrió desde el lunes 1 al viernes 5 de noviembre inclusive.





La franja horaria elegida fue por ser considerada el horario central de las señales de noticias, y porque dentro de ellas, los canales de TV abierta ofrecen la emisión vespertina de su noticiero.

Los canales de aire seleccionados fueron Telefé y El Trece por ser los dos canales privados que obtienen el mayor rating del mes y por ende, compiten entre sí y la TV Pública por ser un canal con una intencionalidad diferente y el cual no debería participar de la competencia por el mercado e igual lo hace.

RANKING AIRE NOVIEMBRE 2021

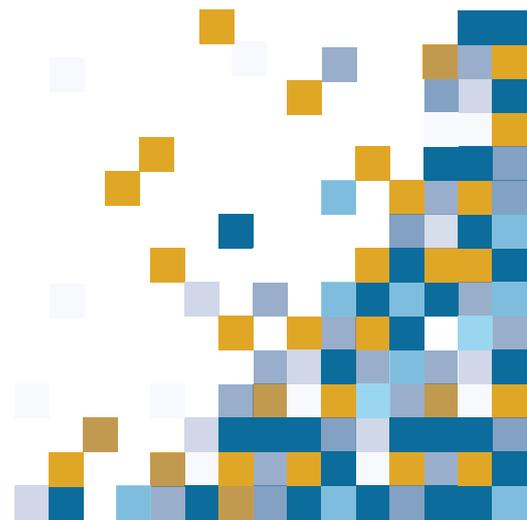
PUESTO	MEDIO	RATING
1	TELEFÉ	8.6
2	EL TRECE	6.1
3	EL NUEVE	2.4
4	AMÉRICA	2.0
5	TV PÚBLICA	0.9
6	NET TV	0.3

De los canales de noticias se eligieron los tres primeros en las mediciones de IBOPE del mes de noviembre, estos son: TN, C5N y LN+ y A24, que se ubica en quinto lugar

RANKING CANALES DE CABLE ACUMULADO NOVIEMBRE 2021

PUESTO	MEDIO	RATING
1	TN	2,13%
2	C5N	1,74%
3	LN+	1,45%
4	CRÓNICA TV	1,23%
5	A24	1,18%
6	ESPN	1,10%
7	TYC SPORTS	1,05%
8	26	0,87%
9	CARTOON NETWORK	0,54%
10	DISCOVERY KIDS	0,41%
11	STAR CHANNEL	0,41%
12	SPACE	0,39%
13	NICKELODEON	0,34%
14	UNIVERSAL	0,34%
15	ESPN 2	0,31%
16	TNT	0,31%
17	WARNER	0,29%
18	DISNEY JUNIOR	0,28%
19	TNT SERIES	0,27%
20	AXN	0,27%

RANKING DE TV PAGA - NOVIEMBRE 2021.
FUENTE: TOTAL MEDIOS.





Este corpus supuso, dentro del macrogénero referencial, géneros de la muestra que se destacan por su corte informativo-periodístico, por lo tanto, el contenido de sus discursos supone un alto grado de concordancia con el campo de referencia externo (Orza, 2002). La información dominante proviene de la realidad extradiscursiva y se ofrece en una multiplicidad de géneros asociados por la premisa de mostrar personas, objetos y acontecimientos que tienen o han tenido una existencia real por fuera del sistema productivo televisivo. Estos géneros se basan en una larga trayectoria a lo largo de la historia de la televisión, abierta especialmente, ya que nacen con ella, asociados a la idea de “servicio público” en sus orígenes. Estos géneros abarcan tanto al noticiero, de aire como de cable, como programas de opinión y debate.

Así la muestra se compone de los siguientes programas seleccionados:

- **El Trece:** Telenoche
- **Telefé:** Telefé Noticias
- **TV Pública:** TV Pública Noticias
- **C5N:** La hora de Víctor Hugo / Minuto Uno / Desafío 2021
- **LN+:** El noticiero LN+ / Más realidad / El diario de Leuco / Hora 21
- **TN:** TN Central / TN Central Segundo Tiempo / Sólo una vuelta más
- **América 24:** Viviana con vos / Dicho esto

La matriz de análisis plantea 4 grandes dimensiones, conformadas cada una a su vez, por distintas categorías y variables.

1. DIMENSIÓN ESTRUCTURA DEL PROGRAMA

Datos anagráficos

- Fecha
- Programa
- Canal
- Bloque
- Sección
- Noticia / Tema: poner el título
- Duración Noticia / Tema

Noticia

- Crónica de actualidad
- Informe especial

- Entrevista en piso
- Editorial
- Breve
- Flash
- Pase entre programa y programa

Tema

- Política
- Salud
- Educación
- Violencia
- Participación/Expresión
- Identidad
- Pobreza
- Trabajo
- Medio Ambiente
- Discapacidad
- Consumo
- Tecnología / Acceso
- Cultura
- Deportes
- Drogas/Adicciones
- Otros

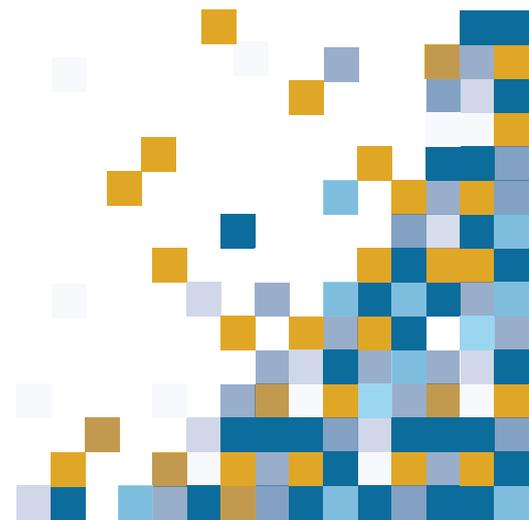
Quién lo trata

- Periodista especializado
- Presentador
- Notero
- Voz en off
- Invitado

Tipo de título

- Principal: integra sección de títulos inicial
- Secundario
- Breves
- Zócalo/ videograph
- Soporte audiovisual: acompaña o no

Importancia de los conductores





- Alta
- Media
- Baja

Importancia de los panelistas

- Alta
- Media
- Baja

Importancia de los invitados

- Alta
- Media
- Baja

Observaciones

2. DIMENSIÓN ASPECTO FORMAL

Relevancia de la imagen

- Alta
- Media
- Baja

Relevancia de la banda sonora

- Alta
- Media
- Baja

Lenguaje de síntesis

- Sí
- No

Recursos visuales

- Cámara
- Dinámica
- Estática

Iluminación

- Natural / Realista
- Artificial
- Dirigida / Focalizada

Edición

- Recursos o efectos de edición
- Ritmo del relato
- Uso de cámara lenta
- Uso de cámara acelerada
- Noticias con imágenes de actualidad
- Noticias con imágenes de archivo
- Declaraciones o citas textuales en videograph
- Uso de testimonios

Escenografía / Ambientación

- Importancia que tiene la ambientación, la escenografía, el entorno físico, la creación de un espacio comunicativo: el estudio con su decorado, el número de cámaras.

Recursos humanos

Bustos parlantes, periodistas en mostrador/mesa, parados o recorriendo el piso.

Recursos gráficos

Carteles, mapas, dibujos, rótulos con datos, esquemas, barridos.

Recursos técnicos

Pantallas táctiles, teleprompter, incrustaciones, chroma key, pantallas tipo banners.

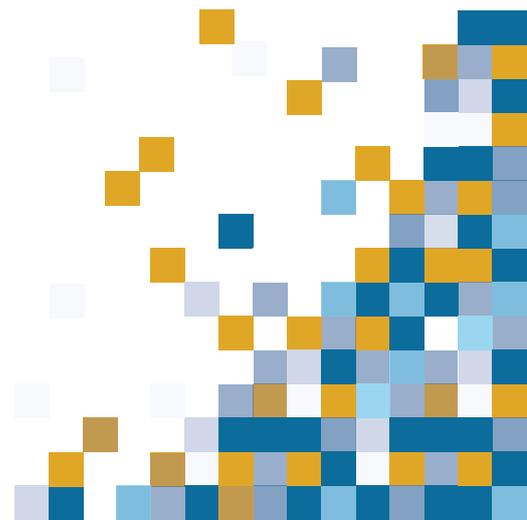
Redes Sociales

Uso o presencia de Twitter, Facebook, Instagram, etc.

Recursos sonoros

Lenguaje utilizado

- Refinado
- Con tecnicismos
- Coloquial
- Vulgar
- Obsceno





Tono utilizado

- Amable
- Conciliador
- Agresivo

Uso de la música

- Empática
- Anempática

Efectos sonoros

- Sí
- No

Sonido ambiente

- Sí
- No

Observaciones.

3. DIMENSIÓN NIVEL DE INTERÉS

Nivel de interés

(por cercanía o lejanía, por empatía, por involucramiento como ciudadano)

- Alto
- Medio
- Bajo

Nivel de profundidad en el tratamiento del tema/noticia

- Alto
- Medio
- Bajo

Nivel de espectacularidad en la representación de lo narrado

- Alto
- Medio
- Bajo

4. DIMENSIÓN DE CARGA IDEOLÓGICA

Tipo de léxico

- Neutro / Equitativo
- Con carga semántica

Presencia de términos peyorativos o agravios

- Sí
- No

Presencia o uso del elogio

- Sí
- No

Modo de la entrevista

- Amable
- Agresivo
- Inquisidor
- Contemplativo
- Crítico

Uso de declaraciones o citas textuales como noticia

- Sí
- No

Cantidad y tipos de puntos de vista

- Univocidad
- Diversidad

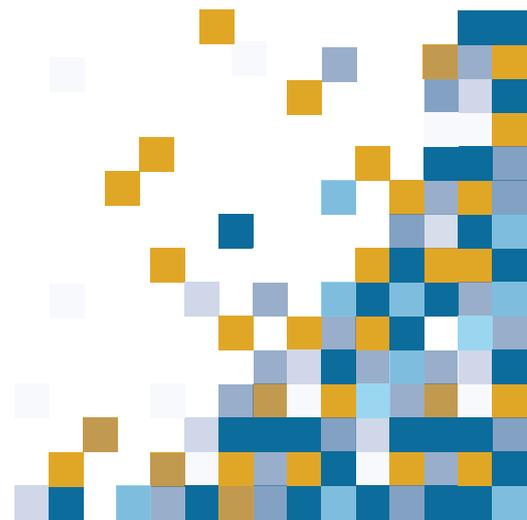
Grado de simplificación o complejidad

- Sí
- No

Tipos de fuentes

Poderes públicos En observaciones se desglosa: diputado, senador, concejal, intendente, etc.

- Poder ejecutivo provincial
- Poder ejecutivo nacional





- Poder ejecutivo municipal
- Poder legislativo provincial
- Fiscalías
- Poder legislativo municipal
- Poder legislativo nacional
- Poder Judicial
- Defensoría
- Policía o FF.AA.
- Diplomático
- Vocero de partido político

Expertos

- Especialista
- Académico
- Sociedad civil organizada
- Ciudadano / Vecino
- Sindicato o entidad de clase
- Partido Político
- Organización de la sociedad civil
- Iglesia o entidad religiosa
- Fundación
- Organismos internacionales

Otras fuentes

- Medios Especificar PERIODISTAS EN PARTICULAR
- Empresas
- Personalidad/ Artista / Referente de la cultura
- No hay fuentes citadas
- No es posible identificar fuentes

Verificación de información

- Sí
- No

Diversidad de los invitados

- Alta
- Media
- Baja

Observaciones.

RESULTADOS

Dimensión 1: Estructura del programa

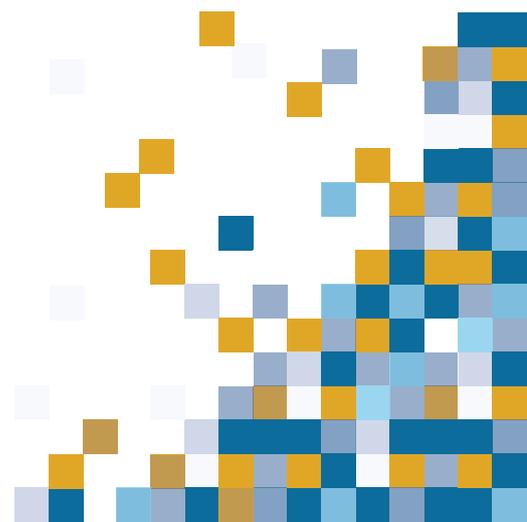
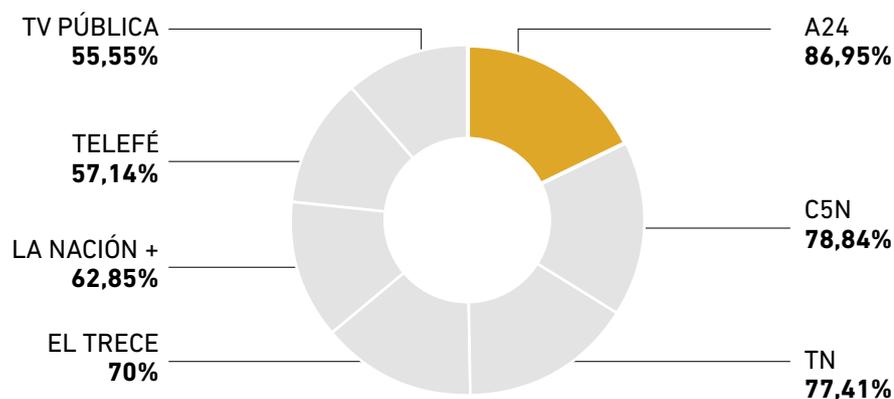
CONDUCTORES

En este cuadro se midió la importancia de los conductores, es decir, de los periodistas a cargo de cada programa. Se midió si eran conocidos, sus trayectorias, si tienen “un personaje armado”, cantidad de tiempo en el aire, comentarios a su cargo, entre otros.

A24 y C5N fueron los que más midieron en este punto, y LN+ queda más atrás por no ser todos los periodistas a cargo de programas en horario medido de igual importancia. La TV Pública queda última en este punto y se la caracteriza muy bien.

MEDIO	% ALTA IMPORTANCIA DE LOS CONDUCTORES
A24	86,95
C5N	78,84
TN	77,41
EL TRECE	70
LA NACIÓN +	62,85
TELEFÉ	57,14
TV PÚBLICA	55,55

IMPORTANCIA DE LOS CONDUCTORES



LENGUAJE UTILIZADO

Aquí medimos qué tipo de lenguaje fue el utilizado para narrar las noticias o temas tratados. Si fue uso adecuado del lenguaje o con agregados de ciertos tecnicismos para explicar los temas, si fue un uso coloquial o directamente vulgar u obsceno.

TN y LN+ fueron los que más utilizaron el lenguaje coloquial. A24 el que más usó lenguaje vulgar y la TV Pública con un 80% de uso adecuado del lenguaje quedó en primer lugar.

MEDIO	% LENGUAJE COLOQUIAL	% LENGUAJE REFINADO / TECNICISMOS	% LENGUAJE VULGAR
TN	84,37	5,63	0
LA NACIÓN +	75,71	21,42	2,87
TELEFÉ	70,59	29,41	0
C5N	62,26	37,74	0
EL TRECE	60	20	20
A24	52,17	43,48	4,35
TV PÚBLICA	20	80	0

■ LENGUAJE COLOQUIAL ■ LENGUAJE REFINADO / TECNICISMOS ■ LENGUAJE VULGAR

TN



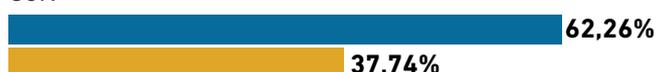
LA NACIÓN +



TELEFÉ



C5N



EL TRECE



A24



TV PÚBLICA



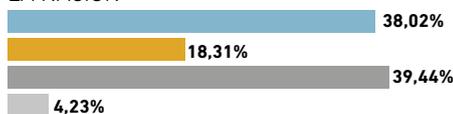
TONO AL QUE SE APELA

Aquí medimos qué tono se utilizó especialmente en las entrevistas realizadas o en la presentación de los temas o noticias. Medimos dos variables más “positivas”: neutro y amable y cuatro más “negativas”: irónico, tendencioso, agresivo y crítico. En este punto la TV Pública está en el primer lugar con un 85% de uso amable del tono y LN+ con el 39,44% con el tono más agresivo de todos.

MEDIO	% TONO NEUTRAL	% TONO AMABLE	% TONO IRÓNICO	% TONO TENDENCIOSO	% TONO AGRESIVO	% TONO CRÍTICO
LA NACIÓN +	0	38,02	18,31	0	39,44	4,23
C5N	3,77	43,4	7,55	7,55	37,73	0
A24	0	78,26	0	0	21,74	0
TELEFÉ	0	70,59	5,88	0	17,64	5,89
TN	0	37,5	21,87	0	12,5	28,13
TV PÚBLICA	0	85	5	0	10	0
EL TRECE	0	77,77	0	22,23	0	0

■ Tono neutral ■ Tono amable ■ Tono irónico ■ Tono tendencioso ■ Tono agresivo ■ Tono crítico

LA NACIÓN +



C5N



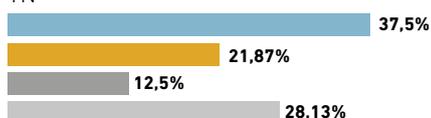
A24



TELEFÉ



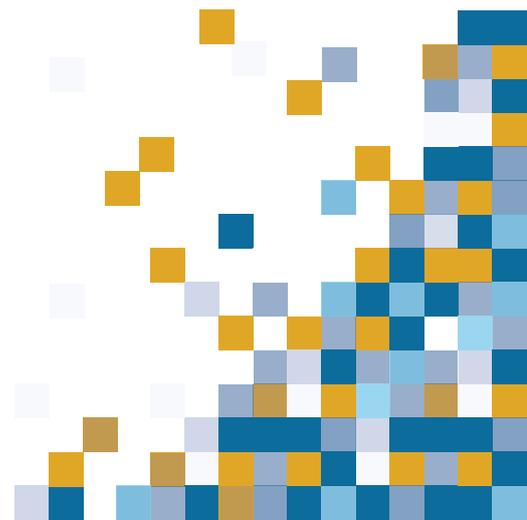
TN



TV PÚBLICA



EL TRECE

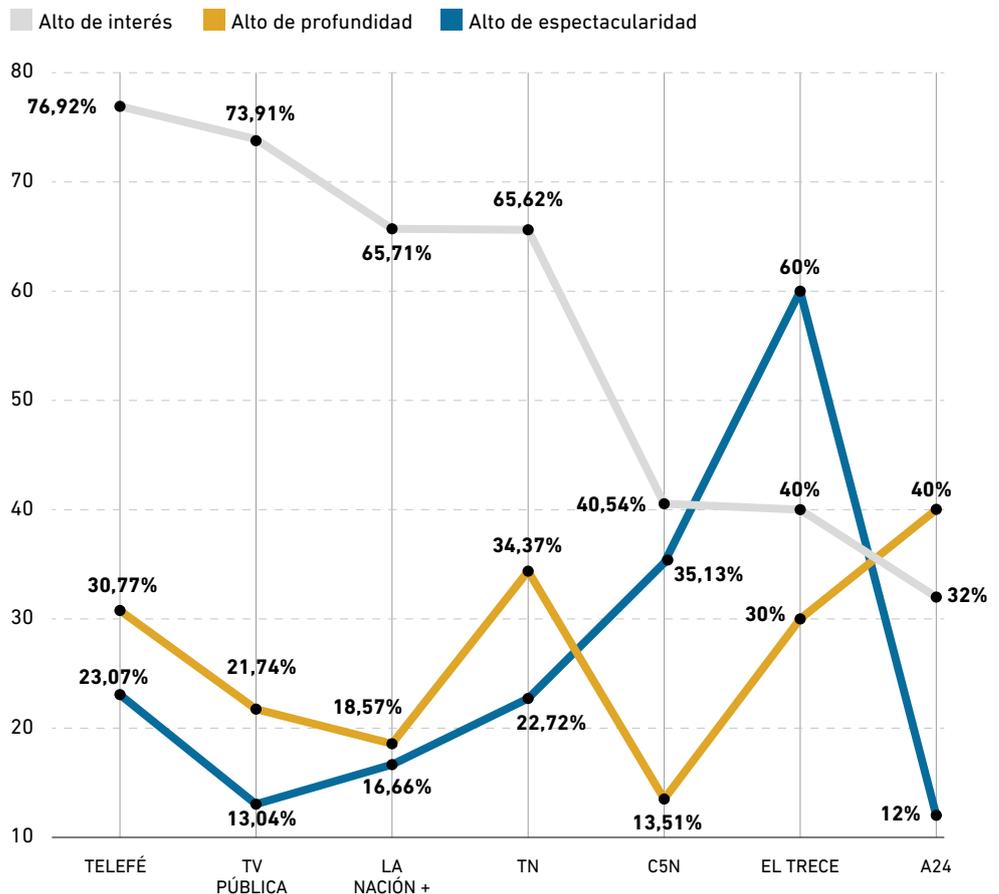




NIVEL DE INTERÉS

Aquí medimos qué interés despiertan las noticias o temas tratados, ya sea por cercanía y por empatía/preocupación, por exotismo, por morbosidad, por tratamiento narrativo, por profundidad, por tipo de conflicto, etc. En este punto Telefé y TV pública fueron los dos que más interés por cercanía presentan, y TN presenta el mayor nivel de profundidad y C5N es el que más nivel de espectacularidad apela.

MEDIO	% ALTO DE INTERÉS	% ALTO DE PROFUNDIDAD	% ALTO DE ESPECTACULARIDAD
TELEFÉ	76,92	30,77	23,07
TV PÚBLICA	73,91	21,74	13,04
LA NACIÓN +	65,71	18,57	16,66
TN	65,62	34,37	22,72
C5N	40,54	13,51	35,13
EL TRECE	40	30	60
A24	32	40	12



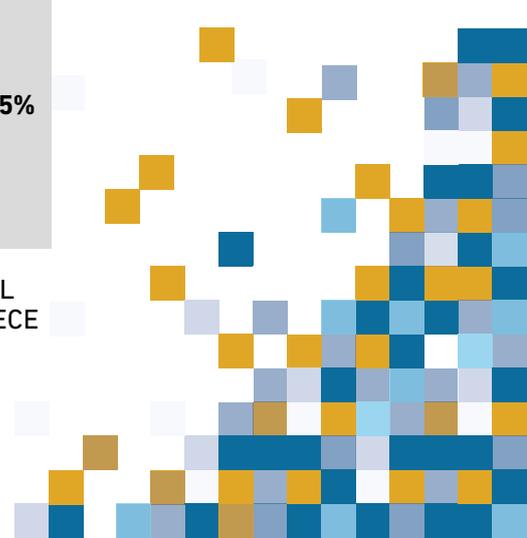
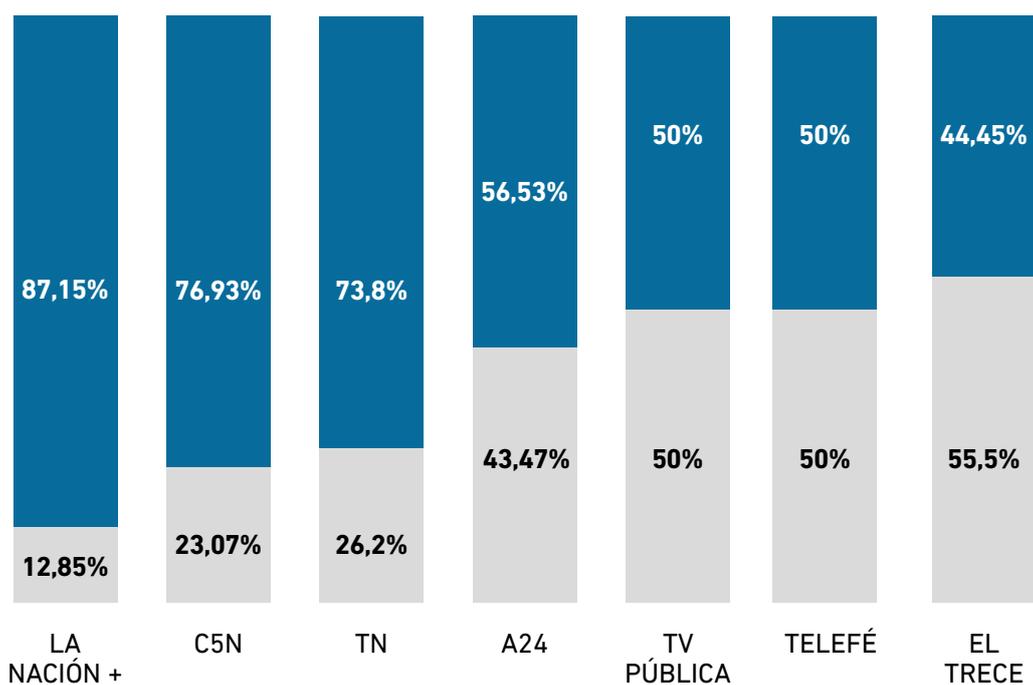
TIPO DE LÉXICO

Aquí medimos si los términos y tipo de léxico en general utilizados era neutrales o con carga semántica, es decir, con connotación e intencionalidad.

LN+ y C5N son los dos que más carga semántica utilizaron y TV Pública y Telefé los que menos.

MEDIO	% NEUTRAL	% CARGA SEMÁNTICA
LA NACIÓN +	12,85	87,15
C5N	23,07	76,93
TN	26,2	73,8
A24	43,47	56,53
TV PÚBLICA	50	50
TELEFÉ	50	50
EL TRECE	55,55	44,45

■ Neutral ■ Carga semántica



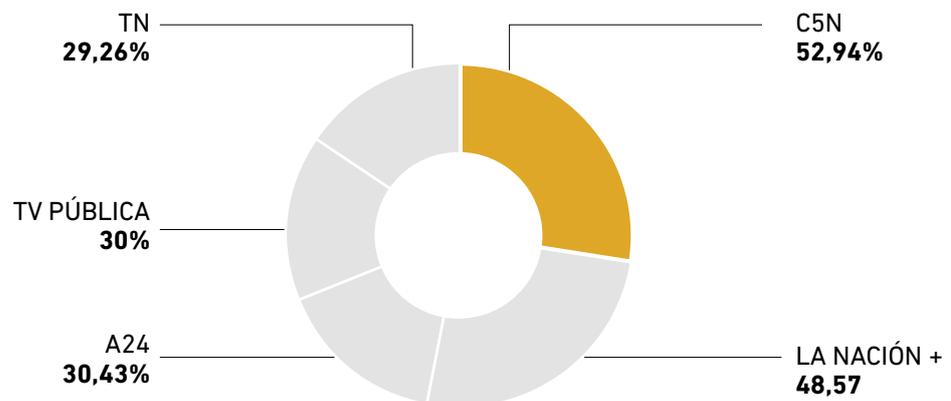


USO DE TÉRMINOS PEYORATIVOS O AGRAVIOS

En este punto medimos qué términos se usaban específicamente dentro de la categoría agravio, insulto o injuria.

Nuevamente C5N y LN+ son los dos primeros en el uso de este tipo de palabras (especialmente adjetivos) y El 13 y Telefé los que menos, lo que ratifica que la grieta está en el cable y no en el aire.

MEDIO	% PRESENCIA DE TÉRMINOS PEYORATIVOS / AGRAVIOS
C5N	52,94
LA NACIÓN +	48,57
A24	30,43
TV PÚBLICA	30
TN	29,26
EL TRECE	0
TELEFÉ	0



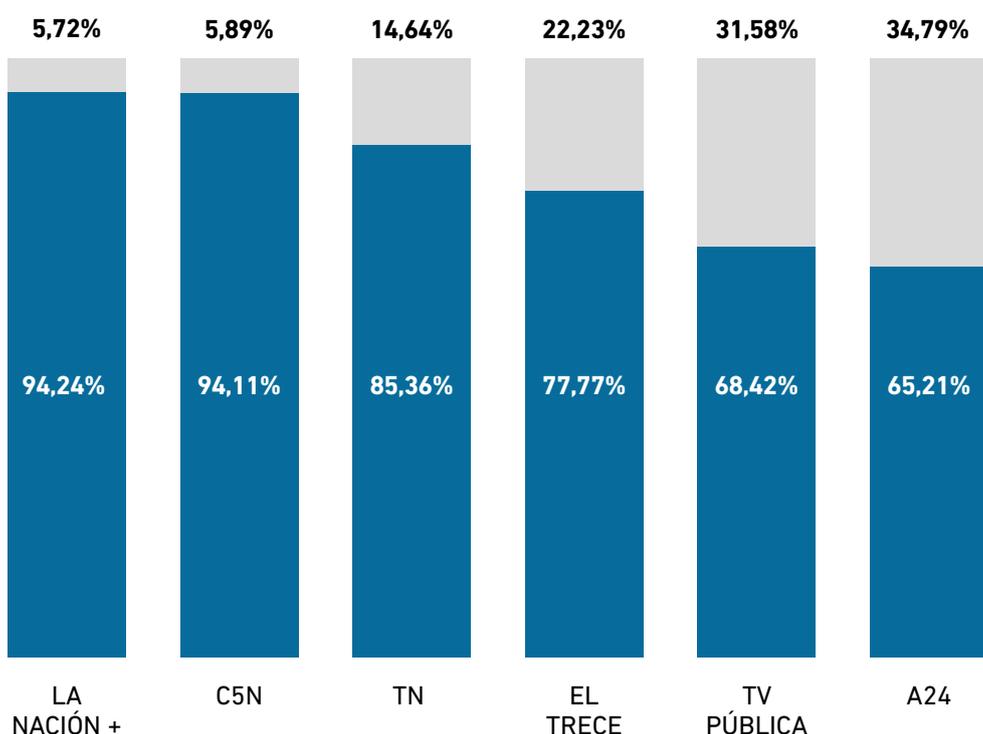
CANTIDAD DE PUNTOS DE VISTA

Acá lo que medimos fue qué cantidad de fuentes y de qué origen se usaban en el tratamiento de los temas o noticias.

Fueron casi 30 tipos de fuentes lo que medimos y la univocidad fue lo que más se dio en la muestra: C5N y LN+ nuevamente en los dos primeros lugares de la univocidad. Telefé midió 50% de univocidad y 50% de diversidad, así como la TV Pública midió 68% y 31% respectivamente lo que sigue ratificando que la grieta está en el cable y no en el aire.

MEDIO	% UNIVOCIDAD	% DIVERSIDAD
LA NACIÓN +	94,28	5,72
C5N	94,11	5,89
TN	85,36	14,64
EL TRECE	77,77	22,23
TV PÚBLICA	68,42	31,58
A24	65,21	34,79

■ Univocidad ■ Diversidad





CONCLUSIONES PRINCIPALES DE ESTRUCTURA NARRATIVA

- Alta importancia de los conductores. El personalismo define la grieta. Programas que por motivos diversos cambian de conductor algún día, modifican notoriamente sus porcentajes de aparición de la grieta.
- La crónica de actualidad es el subgénero informativo al que más se apela.
- El pase entre programa y programa prácticamente se ha consolidado como un nuevo subgénero dentro de los programas referenciales del cable.
- Los temas con grieta son diversos, no solamente se dan en el ámbito político. Otras temáticas o disciplinas son escenarios favorables para la grieta (economía, deportes, tecnología y hasta se da en noticias del exterior, a veces hasta irrelevantes para Argentina).

CONCLUSIONES DE ASPECTO FORMAL

- Relevancia media de la imagen y alta de la banda sonora. Es notorio el predominio de la banda sonora o telling por sobre la banda de imagen. El comentario, la voz en off, el uso de testimonios son la base de la construcción discursiva sobre la grieta. La imagen ilustra pero no es protagonista.
- Predomina el uso de la cámara más estática que dinámica.
- Es interesante el uso de contenido con imágenes de archivo al servicio de la grieta, así como con recursos de edición propias del directo televisivo se va construyendo la grieta en simultaneidad con la emisión del hecho narrado.
- Poca presencia referencial de las redes sociales desde la conversación, sí desde planteos de consigna que proponen los programas, que luego no tienen tanta relevancia en el balance de la edición final de cada día.
- Predominio del lenguaje coloquial, y no con tecnicismos.
- Predomina el tono amable en la entrevista, pero con un uso sutil de la ironía y la agresividad implícita.
- Uso de música empática desde criterios similares al tono.
- Muchos programas apelan al efecto sonoro de risas en el sonido ambiente, complicidad del entorno de detrás de cámaras.

CONCLUSIONES NIVEL DE INTERÉS

- Alto nivel de interés por cercanía, empatía o involucramiento como ciudadano.

- Predominio de la simplificación en el tratamiento de los temas.
- Nivel medio nivel del uso de recursos de espectacularización en la narración de los hechos.

CONCLUSIONES CARGA IDEOLÓGICA

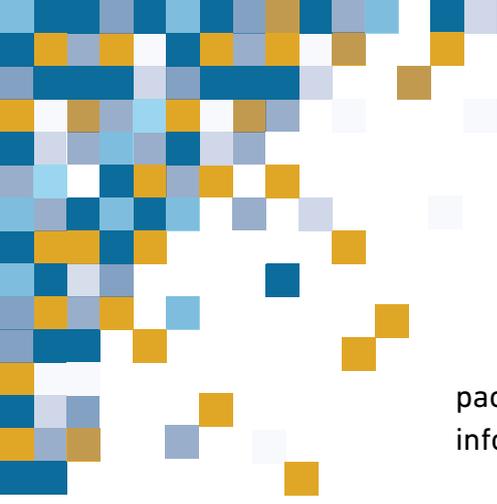
- Alto uso de léxico con carga semántica.
- Uso del agravio y términos peyorativos en porcentajes importantes y similares al uso del léxico con carga semántica. El elogio como redundancia y hasta adulación especialmente en los canales de los extremos de la grieta.
- Predominio de la univocidad frente a la diversidad. Particular uso de las fuentes e invitados: muchas veces con la excusa para instalar el discurso de la grieta. Por momentos hasta el anticipo o alusión al invitado por entrar al piso, son el punto de partida de la confrontación.
- Hay un desfase notorio entre enunciación al presentar a un invitado (anticipando sano y constructivo debate) y el tiempo y la profundidad con que luego se da la secuencia de su presencia.
- El agravio y el elogio “derraman” desde la cabeza hacia sus seguidores.

CONCLUSIONES GENERALES

La grieta se va por el aire y entra por el cable.

- Los noticieros son el género que menos grieta presentan: a partir de un un “nosotros” que incluye con comentarios más relacionados a sostener afirmaciones del tipo “lo que vivimos todos los días” o “los que no nos cuidan” por ejemplo en referencia a la inseguridad, se plantea un tono de indignación, pero no se alusión directa a ningún lado de la grieta.
- La TV abierta presenta mucha simplificación de los hechos narrados (provocada por el objetivo de los noticieros de contar la agenda del día), por lo tanto, hay abundancia de contenidos y menos profundidad. Esto puede hacernos preguntarnos si el espectador tiene posibilidad de tomar posición frente a los temas y el punto de vista que presentan.
- La TV abierta apela a los valores implícitos compartidos, lo que podría encuadrarse en lo que Adriana Amado denominó como periodismo intervencionista. En cambio, el cable desde el mayor tiempo con que cuenta para el desarrollo de los temas en sus programas de opinión, en lugar de dar profundidad, provoca redundancia y refuerzo de la univocidad. Hay un





pacto de lectura con SU receptor con valores más explícitos, pero con poca información verificable.

- Los noticieros reflejan una mirada política que puede encuadrarse solo tangencialmente alejada de la grieta. Así, esta “despolitización” tampoco es sinónimo de estar por fuera de la grieta. El problema de enfatizar por ej. el miedo, es que la indignación nos fuerce a buscar culpables, y al no ofrecer un marco de interpretación político, se sigue contribuyendo a una mayor polarización. En otras palabras, invitan a la audiencia a que “elija” a qué político dirigirle el odio que le producen, por ejemplo, los casos de inseguridad. Así, desde la línea editorial fomentan indirectamente a la grieta.
- La TV Pública se destacó por un bajo índice de apelación a la grieta.
- Especialmente en los programas analizados de las señales de cable, el factor del programa que profundiza la grieta no es la magnitud de la carga ideológica sino la falta de desacuerdos entre los periodistas del canal, el foco considerable en el personalismo, y la reducción de toda la compleja cosmovisión de la oposición y sus múltiples derivados al concepto abstracto de “odio” y de anti-democracia.
- Siempre “se le pone nombre a la grieta”.
- Es claro cómo hoy la grieta se da entre las señales de C5N y La Nación +.
- Se pasa de la grieta entre personas/líderes a la grieta entre periodistas y de allí a una grieta que “rinde” en términos de rating y anzuelo para el espectador. En síntesis: la grieta rinde.
- Fogoneando la grieta se apela a la responsabilidad de un periodismo apartidario y se describe la necesidad de proteger la libertad de expresión por fuera de la grieta. Ahora bien, se llama por ej. autoritario al gobierno en esta denuncia de naturaleza democrática, y así se está incorporando a la grieta de facto y sin escapatoria.

La grieta sólo podrá ser superada cuando se apele en los discursos periodísticos a los matices, se abandone la exageración y la hipérbole de las expresiones y se entienda el verdadero significado del término diálogo.

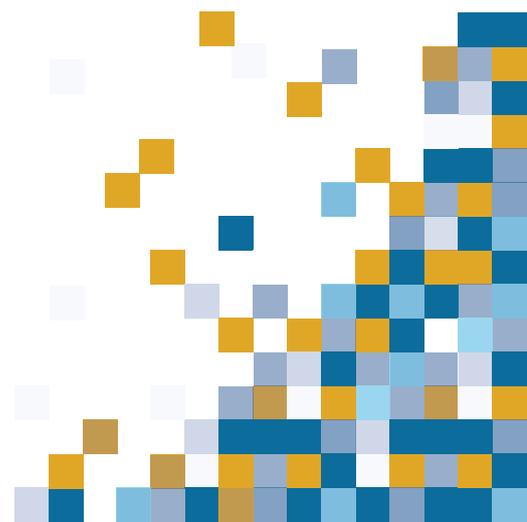


Sobre el Observatorio de la TV (OTV)

Es un espacio de investigación que estudia el fenómeno de los contenidos audiovisuales desde el año 2005. Es un ámbito de debate social, abierto y pluralista, en el que integrantes de distintas áreas pueden expresarse y tomar decisiones: profesores especializados en metodología y análisis de contenidos audiovisuales y sociales, expertos de distintas áreas (educativas, sociológicas, mediáticas, religiosas, etcétera), auspiciantes, productoras, ONG, instituciones gubernamentales y empresas que demuestran verdadera inquietud por la mejora de los contenidos audiovisuales.

Sobre FOPEA

El Foro de Periodismo Argentino nació en 2002 como un espacio de reflexión, diálogo y promoción de la calidad del periodismo, creado por un grupo de profesionales de medios de comunicación y docentes. Tiene la misión de contribuir a mejorar la calidad del periodismo a través de la capacitación profesional, la elevación de los estándares éticos y la defensa de la libertad de expresión.





La presente publicación ha sido elaborada con el apoyo financiero de la Unión Europea. Su contenido es responsabilidad exclusiva de FOPEA y el Observatorio de la Televisión de la Facultad de Comunicación de la Universidad Austral y no necesariamente refleja los puntos de vista de la Unión Europea.