



G O B I E R N O D E L A P R O V I N C I A D E B U E N O S A I R E S

2021 - Año de la Salud y del Personal Sanitario

Informe

Número:

Referencia: ANEXO III PROYECTO DE CENSO - EX-2021-10747616-GDEBA-DTAYLDLIMPCEITGP

ANEXO III

PROYECTO DE CENSO Y DIAGNÓSTICO SOBRE LA SITUACIÓN DE LOS MEDIOS LOCALES.

1. INTRODUCCIÓN:

La producción de conocimiento diagnóstico desde un análisis de situación exhaustivo de la realidad, que facilite su interpretación basada en datos cualitativos y comprobables, junto a los análisis y percepciones de los actores involucrados, se vuelve fundamental para tomar decisiones sobre el diseño, implementación y evaluación de una política pública de comunicación para el corto, mediano y largo plazo.

Se propone desarrollar esta acción con el propósito de gestionar políticas integrales que incidan de manera positiva en los procesos de comunicación e integración de la sociedad de la provincia de Buenos Aires, la sustentabilidad de los medios y la actualización de conocimientos que se producen en el marco del avance progresivo y acelerado de las TIC que configuran nuevas narrativas periodísticas y dinámicas de relación social.

Los medios de comunicación impresos de la provincia necesitan ser pensados de forma integral. No existe un único aspecto para trabajar en un camino que contribuya a potenciarlos como proyectos periodísticos, comunicacionales, culturales y como unidades productivas. Tampoco hay una fórmula. Estos nuevos tiempos exigen creatividad, audacia y compromiso de los distintos actores involucrados, entre ellos los medios de comunicación y el Estado.

Por eso, nos proponemos implementar en el marco del Programa de Asistencia en la Emergencia para Pequeños y Medianos Medios Gráficos Bonaerenses, un proceso de investigación diagnóstico que incluya a

todos los medios contemplados en dicho programa. Esto implica la participación de cada uno de los medios para completar dos cuestionarios censales y una serie de entrevistas cualitativas (al azar).

El objetivo es contar con información estratégica para la planificación de acciones de fortalecimiento de los medios de comunicación, pensados como instituciones sociales fundamentales para el desarrollo de la democracia, la pluralidad de voces, la construcción de la historia, el ejercicio del derecho a la comunicación y la construcción de procesos de desarrollo de la sociedad.

2. OBJETIVOS:

Objetivo general:

Generar un diagnóstico sobre los medios de comunicación impresos de la provincia de Buenos Aires que permita evaluar de forma pertinente e integral su situación para diseñar e implementar políticas públicas que acompañen e impulsen el fortalecimiento de los medios de comunicación como actores fundamentales del desarrollo local, regional y provincial.

Objetivos específicos:

- Obtener datos cualitativos sobre los medios de comunicación bonaerenses a través de una encuesta.
- Recibir las percepciones e interpretaciones de propietarios, gestores y trabajadores de los medios a través de entrevistas abiertas.
- Producir conocimientos sobre las situaciones de los medios de comunicación bonaerenses: problemas y potencialidades de sus modelos de negocios, proyectos futuros, producción periodística, equipos de trabajo, actualización tecnológica, entre otras.
- Generar conclusiones fundamentadas a partir del proceso evaluativo, que permitan orientar y priorizar las políticas públicas de comunicación.

3. MODALIDAD:

Se prevé la administración de dos cuestionarios específicos por medio de comunicación incluido en el Programa de Asistencia en la Emergencia para Pequeños y Medianos Medios Gráficos Bonaerenses. Uno de los cuestionarios está destinado a propietarios/directivos de los medios y el otro a trabajadores de los equipos de producción.

Del mismo modo, se realizarán entrevistas abiertas que permitan recolectar las percepciones e interpretaciones de los actores sobre su situación actual, las transformaciones y trayectorias históricas de sus problemas principales, y sus aspiraciones y situaciones deseadas a futuro. Estas entrevistas serán realizadas a algunos medios al azar, respetando criterios de regionalidad.

Estas herramientas permiten la articulación de datos cuantitativos y cualitativos.

El **análisis cuantitativo** permite realizar una lectura de cada medio gráfico incluido con sus singularidades.

Además, permite analizar la situación del escenario general de trabajo para identificar la situación del sistema de medios. Esta información analizada se convierte en una línea de base de referencia para comparar procesos de transformación. Tanto en relación con la agudización de problemáticas, como a sus posibles soluciones.

El **análisis cualitativo** permite la evaluación de las situaciones para comprender la naturaleza de las problemáticas, sus redes causales, sus consecuencias y costos, las proyecciones deseadas a futuro y la posibilidad de priorizar acciones desde el Estado provincial que contemplen las perspectivas de los actores locales y que guíen el diseño de propuestas de fortalecimiento y apoyo.

4. DIMENSIONES Y CATEGORÍAS DE BÚSQUEDA EN EL MARCO DEL DIAGNÓSTICO:

Modelo de Gestión.

Modelo de negocios (perspectiva económica), conformación de equipos, división del trabajo, integración de la perspectiva de género, formalidad del trabajo, formación empírica/formal de trabajadores, publicidad y pauta, institucionalidad, etc. Participación en redes o núcleos asociativos de medios de comunicación. Historia del medio.

Productos/mensajes.

Soportes, producción de noticias locales, noticias provinciales, comunicabilidad y estética, uso de imágenes, perspectiva de derechos humanos. Uso de redes sociales, portal web. Acceso a tecnologías para producción (computadoras, cámaras de fotos, celulares, conectividad, etc). Evaluación del medio sobre sus diseños editoriales. Organización de los contenidos. Temas contemplados en las agendas.

Relación con la sociedad/comunidad.

Consumos, servicios, públicos/audiencias, demandas, fidelidad, usos y apropiación de redes sociales. Servicios que brinda el medio. Demandas de la comunidad.

Situación proyectada a futuro/Objetivos

Proyecto mediático, el medio como actor local, desarrollo tecnológico, democratización de la palabra, pluralidad, sostenibilidad, construcción de públicos, estrategias y recursos incorporados en los últimos años.

