

TRABAJO PRÁCTICO 3 LA PESADA LEVEDAD DEL DATO

De La Torre, L. y Téramo, M. T. "Medición de la calidad periodística: La información y su público". En Revista Doxa, Nº 3.

- 1)** Reconstruya el proceso de investigación del trabajo de De la Torre y Téramo indicando: tema y problema/pregunta de investigación, contexto temporal y espacial, sujetos de estudio, objetivo de investigación y estrategia metodológica seleccionada.
- 2)** ¿Cuál es el marco teórico de De la Torre y Téramo? ¿Qué supuestos teóricos, explícitos o latentes, orientan la investigación? (Nota: en esta respuesta deberá analizarse la importancia del marco teórico tomando como ejemplo este trabajo de investigación)
- 3)** ¿Qué concepción de calidad periodística subyace en la investigación de De la Torre y Téramo? En su respuesta considere quién determina esta calidad (los periódicos, los lectores o un tercer actor). (Nota: en esta respuesta deberá relacionarse la concepción de la calidad periodística con la construcción del objeto de estudio).
- 4)** La calidad periodística es un concepto abstracto: ¿qué indicadores emplean las autoras para hacer observable este atributo? ¿Podrían emplearse otros indicadores? Justifique su respuesta y desarrolle un ejemplo.
- 5)** Al analizar la calidad periodística en los diarios las investigadoras mencionan la "semana construida" así como la distinción entre "unidades noticiosas" y "unidades de registro". ¿Por qué toman estas decisiones en relación a la selección y agrupación del corpus?
- 6)** ¿Qué tipo de datos estadísticos utilizan De la Torre y Téramo? Indique los instrumentos metodológicos aplicados por las autoras para observar los parámetros de calidad periodística tanto en los diarios como en los lectores. Indique qué tipo de análisis realizan las autoras para responder las preguntas de investigación y dar cuenta de su hipótesis.
- 7)** Compare el tipo de representación sobre calidad periodística que ofrecen investigaciones como la que aquí se presenta con el tipo de representación que genera el discurso político-ideológico y/o en el marketing publicitario. ¿Cuáles son sus diferencias fundamentales en cuanto a las condiciones de producción, interpretación y efectos de sentido de dichas representaciones?