

**REVISTA IBEROAMERICANA
DE COMUNICACIÓN**

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA

José Morales Orozco, S.J.
Rector

Javier Prado Galán, S.J.
Vicerrector Académico

Manuel Alejandro Guerrero Martínez
Director del Departamento de Comunicación

REVISTA IBEROAMERICANA DE COMUNICACIÓN, RIC

Manuel Alejandro Guerrero Martínez
Director

Mireya Márquez Ramírez
Editor invitado

Coordinación editorial:
Estela Margarita Torres Almanza

CONSEJO EDITORIAL
Manuel Alejandro Guerrero
Gabriela Warkentin
Julia Palacios
Inés Cornejo
Erick Fernández
José Carreño
Sylvia Gutiérrez y Vera
Jesús O. Elizondo
Manuel Gameros

CONSEJO ASESOR INTERNACIONAL

Carlos Scolari
Facultat d'Empresa i Comunicació, Universitat de Vic

Lucila Vargas
University of North Carolina at Chapel Hill

Rosalía Winocur
Universidad Autónoma Metropolitana

Rosental C. Alves
School of Journalism, University of Texas

Dr. Víctor Sanpedro Blanco
Universidad de Salamanca

PUBLICACIÓN DEL POSGRADO EN COMUNICACIÓN

RIC/ No. 22 / primavera-verano 2012

REVISTA IBEROAMERICANA DE COMUNICACIÓN



UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA
México, 2012

Estela Margarita Torres Almanza
Alberto Torres Brambila
Cuidado de la edición

Alberto Torres Brambila
Corrección

Gerardo Menéndez
Diseño y maquetación

Revista Iberoamericana de Comunicación es una publicación semestral de la Universidad Iberoamericana, A.C., Ciudad de México. Prol. Paseo de la Reforma 880, Col. Lomas de Santa Fe. C.P. 01219, México, D.F. Tel. 5950-4000 ext 4919 y 7330. www.uia.mx; publica@uia.mx. Editor Responsable: Joaquín Labarthe Cabrera. Número de Certificado de Reserva al Uso Exclusivo otorgado por el Instituto Nacional del Derecho de Autor: 04-2007-061314402700-102, ISSN: 1665-1677. Número de Certificado de Licitud de Título 11831, Número de Certificado de Licitud de Contenido 8434, ambos otorgados por la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas de la Secretaría de Gobernación. Domicilio de la Publicación: Posgrado de Comunicación, Departamento de Comunicación, Universidad Iberoamericana, A.C. Prol. Paseo de la Reforma 880, Col. Lomas de Santa Fe. C.P. 01219, México, D.F. Tel. 5950-4000 ext. 4941. Impresión: Oak-Editorial, S.A. de C.V. Cerrada de Veracruz 110, C-302. Col. Jesús del Monte, Huixquilucan, Estado de México. Distribución: Universidad Iberoamericana, A.C. Prol. Paseo de la Reforma 880, col. Lomas de Santa Fe, C.P. 01219, México, D.F. Tel. 5950-4000 ext. 7600. Todo artículo firmado es responsabilidad de su autor. Se prohíbe la reproducción de los artículos sin consentimiento del editor. publica@uia.mx

Revista Iberoamericana de Comunicación No. 22, primavera-verano, 2012, se terminó de imprimir el mes de junio de 2011 con un tiraje de 500 ejemplares.

www.uia.mx/publicaciones

Índice

Mireya Márquez Ramírez 7 Presentación

PERIODISMO

Juan Carlos Colín Vaughan 11 Profesionalismo en el periodismo:
una revisión conceptual

Fernando Gutiérrez Atala 25 Hacia el nuevo perfil
del periodista actual:
especializado, negociador,
empoderado y autónomo

Radamanto Portilla Tinajero 43 Propuesta metodológica
para el análisis de los *encuadres
periodísticos* en la cobertura
del narcotráfico en México

Raquel Saed Grego 73 Glenn Beck: falsedades de alto
rating. Una visión desde
John B. Thompson

VARIOS

Lucano Romero Cárcamo 90 Los achaques del periodismo.
Diagnóstico de las rutinas
productivas de información
en una radiodifusora poblana

RESEÑA

Mónica Luengas Restrepo 119 El nuevo periodismo en la prensa
hispana contemporánea.
Una propuesta para los medios
del siglo XXI

LOS AUTORES

Coordinación editorial 122 Los autores de este número

MENSAJES

Coordinación editorial 125 Indicaciones para
los colaboradores

PRESENTACIÓN

Profesionalismo, Calidad Informativa y Transformaciones en el Periodismo: Primera Parte

Mireya Márquez Ramírez

La segunda parte del número doble especial que tiene usted en sus manos, supone el trazo de una ruta metodológica-conceptual que explora las diversas aristas desde donde se interrogan, de manera explícita o implícita, los conceptos clave para el ejercicio del periodismo que inspiran el título de este número; representa un esfuerzo por convocar el diálogo argumental entre trabajos de distinto tipo. Los primeros dos textos son revisiones de literatura o ensayos que giran alrededor de los conceptos aquí expuestos, otros dos son propuestas teórico-metodológicas para analizar el discurso mediático y un artículo final es el resultado de un estudio de investigación sobre rutinas de producción en un medio informativo local desde la mirada de un periodista. Incluso la reseña final de este libro da cuenta de cómo los paradigmas periodísticos tradicionales —y con ello sus estándares de calidad y de profesionalismo se benefician de otros lenguajes y disciplinas.

7

Desde la Universidad de Buenos Aires, Juan Carlos Colín abre el número con una muy necesaria revisión teórica —a partir de las fuentes más actualizadas de otros rincones del mundo— sobre las distintas perspectivas teóricas acerca de lo que supone el propio término “profesionalismo”. El artículo empieza hacer la necesaria distinción con otro concepto clave: “profesionalización”, pues mientras el último tiene una connotación de estado continuo de capacitación y aprendizaje, el primero ha tenido que pasar por varios enfoques que le consideran una colección de rasgos específicos como desde la perspectiva sociológica—,

hasta un discurso ocupacional de control como supondrían las perspectivas más críticas. La mayor aportación del texto es, precisamente, no sólo introducir autores quizá poco conocidos en castellano, sino trazar la comparación de enfoques teóricos que posibiliten mejores preguntas de investigación para entender la profesión periodística.

8 En su oportunidad, Fernando Gutiérrez Atala, de la Universidad de Concepción, Chile, continúa la discusión sobre el profesionalismo para vincularlo más explícitamente con el concepto de “profesión periodística”, y específicamente de sus estándares de calidad a la luz de las transformaciones en las nuevas plataformas tecnológicas. Al hacer un análisis de los tres ejes temáticos que guían este número, su texto parte de la idea que la ocupación periodística se ha establecido alrededor de principios normativos muy claros, pero continuamente impregnados por una redefinición de especialidades y sub-profesiones. Cada novedad tecnológica, dice, ha generado tensiones y obligado a lo que llama la “reprofesionalización”, entendida como la ejecución de nuevas tareas. ¿Qué sucede con la profesión periodística en la actualidad, con los cambios tecnológicos derivados de la aparición de internet? El texto parece sostener que la “reprofesionalización” no sólo requiere el aprendizaje de instrumentos y técnicas acordes a los nuevos lenguajes tecnológicos, sino crucialmente la constante búsqueda de los estándares éticos y de calidad en la era de la información.

El artículo de Radamanto Portilla, maestrante de la Universidad de Guadalajara, traslada el debate sobre la calidad informativa en el periodismo al terreno de los instrumentos metodológicos para analizar la cobertura noticiosa. En el contexto de una “guerra” institucional contra el narcotráfico y un ambiente de violencia generalizada en varias zonas de México. Portilla argumenta que el papel social de los medios de comunicación en la cobertura informativa de este fenómeno ha sido muy limitado. Los medios periodísticos con frecuencia cubren un fenómeno complejo e histórico como hechos meramente policíacos y sin estándares o principios de calidad que sean fruto de una política editorial clara. Por tanto, luego de hacer una exhaustiva revisión de la literatura sobre

la teoría y operacionalización del concepto de “encuadre”, propone una extensa propuesta metodológica para el análisis del contenido mediático desde esta perspectiva y sus postulados: analizar los *encuadres* a partir de sus funciones, dar cuenta de su uso de acuerdo con una tipología consolidada, e inferirlos a partir de la metáfora de la “guerra”. En su conjunto, las tres fases constituyen la matriz metodológica de la investigación.

Por su parte, Raquel Saed Grego, profesora de la Universidad Iberoamericana, Ciudad de México, lleva la discusión de la calidad periodística a un caso específico de periodismo militante en los Estados Unidos. Al delinear el perfil del periodista Glenn Beck y de la controversial televisora norteamericana Fox News, la autora expone el contexto histórico y político que posibilita que los discursos conservadores de la cadena tengan eco, usando para ello la perspectiva de la hermenéutica profunda, y la interpretación de las *doxas* que propone el autor John B. Thompson como instrumento de análisis de discurso. La autora sostiene que al interpretar el conjunto de mensajes que emite el canal Fox News y el conductor Glenn Beck en particular, encontramos una cadena de razonamientos “falsos” y premisas “absurdas” para tratar de desprestigiar al actual presidente, Barack Obama. El texto abunda en el análisis de las múltiples formas en la que el imaginario colectivo de la sociedad estadounidense, específicamente en episodios históricos recientes de guerra, terrorismo o inmigración, permiten que la construcción discursiva de Fox News tenga rápida aceptación en un gran segmento de televidentes.

En nuestra sección Varios, dedicada en este número al periodismo visto por los periodistas, tenemos el gusto de presentar el trabajo ganador del Seminario de investigación “Análisis de culturas y prácticas del periodismo”, cuya finalidad es estimular entre los periodistas becarios del Programa Prensa y Democracia (PRENDE) que alberga la Universidad Iberoamericana, no sólo la reflexión sobre la labor periodística y sus rutinas, sino crucialmente la investigación en periodismo. El eje central del seminario permanente, dirigido por quien esto escribe, es la documentación empírica de lo que consideramos ha sido escasamente abordado en el campo de la comunicación en México: el análisis de los periodistas, sus

prácticas y culturas de reporteo como reflejo de las estructuras político-económicas de los medios. El texto de Lucano Romero, joven periodista de una radio regional en Puebla, nos recuerda que la investigación en las rutinas de periodismo sobre radio regional es muy escasa. Sin duda el valioso aporte empírico de este estudio cualitativo se centrará en la forma en la que el autor documenta cómo la pasividad, las inercias y las rutinas productivas han legitimado metodologías de trabajo dadas por sentado en el contexto ocupacional, pero que en la teoría contradicen los principios esenciales del periodismo en tanto vigilante y crítico del poder.

10

Finalmente, Mónica Luengas de la Universidad Iberoamericana, nos reseña un importante texto cuyo objetivo central es examinar las posibilidades de la corriente llamada del Nuevo Periodismo estadounidense de la década de 1960, el cuál en su momento retomó elementos sustanciales del arte y la literatura, e inspiró el quehacer informativo de medios y autores de la prensa hispana contemporánea que han aplicado sus propuestas.

Con este número doble, que articula textos provenientes de diversas regiones del mundo y de México, y con diversos enfoques teóricos y disciplinarios, pretendemos divulgar las enormes inquietudes de los investigadores y periodistas sobre el estado de la ocupación, y aportar nuevas preguntas y rutas a la investigación en periodismo.

Mayo de 2012

Profesionalismo en el periodismo: una revisión conceptual

Juan Carlos Colín Vaughan

RESUMEN

El concepto de profesionalismo en el periodismo comenzó a problematizarse en las ciencias sociales en la tercera década del siglo xx, sin embargo, en poco tiempo se han transformado ante la cada vez más compleja actividad periodística. Por tales motivos, las teorías y maneras de abordar el profesionalismo también han cambiado. En las siguientes páginas haremos una breve revisión de algunas tendencias teóricas provenientes de autores anglosajones, destacados por haber “inaugurado” el debate en torno al concepto de profesionalismo y por seguir colaborando en su estudio dentro del periodismo.

Palabras clave: Profesión, Ideología profesional, Profesionalización, Rutinas productivas.

ABSTRACT

The concept of professionalism in journalism started to be problematized in social sciences in the third decade of the XX century, although, it has gradually broadened due to the changing journalistic activity. Because of that, theories and ways to approach professionalism have been also changing, so in the next pages we provide with a cursory review of some prominent theoretical concepts from Anglo-Saxon writers. Such debates are prominent because they opened the discussion about the concept of professionalism and continue to be relevant for the study of journalism.

Keywords: Profession, Professional ideology, Professionalization, Production routines.

11

El término “profesionalismo” puede tener varios significados y según algunas teorías puede conformarse por elementos diversos. A menudo se confunde con el concepto de “profesionalización”, pero son cosas distintas. Este último tiene que ver más con la formación profesional o bien con el proceso de transformación de una ocupación en profesión, como refieren diversos textos de la literatura anglosajona. En países como Argentina, la idea de profesionalización empieza en la década de 1940 debido a la naciente oferta académica (Martini y Luchessi, 2002, p. 30). Pero estas reflexiones en países como Estados Unidos iniciaron muchos años antes, con el comienzo de la profesionalización de los periodistas en el siglo XIX (Tumber y Prentoulis, 2005, p. 58).

12

De esta forma, el presente texto no se concentra en los procesos de profesionalización, sino que busca ofrecer un panorama general de algunos debates de autores anglosajones, primordialmente sobre los significados de profesionalismo en el contexto periodístico. Es así que la idea de “profesionalización” puede enmarcarse en una sombrilla más amplia y compleja, que viene siendo la del “profesionalismo”.

Los estudios sobre la profesión abarcan aristas y enfoques diversos aun acotándolos a lo que sucede en periodismo. Otro elemento que puede condicionar las investigaciones y reflexiones sobre el tema son las distintas facetas de periodismo especializado, ya que cada una de ellas implica una cultura periodística particular. Los estudios sobre periodismo en América Latina se han enfocado principalmente en trabajar sobre los productos (noticias) o sobre la recepción (lectores/audiencias), y en menor grado se ha trabajado sobre la producción y a quienes hacen el periodismo (Mellado, 2010).

También en México son pocas las investigaciones que abordan el profesionalismo en el periodismo, siendo el trabajo de José Baldivia y sus colegas (1981) uno de los pioneros en intentar analizar demográficamente las condiciones laborales y nivel de escolaridad de los periodistas, aún si no estudia el concepto como tal. En contraparte, se pueden enlistar diversos estudios sobre el tema del profesionalismo en el periodismo derivados de la sociología de las profesiones realizados por

autores británicos o estadounidenses, comenzando por Carr-Saunders y Wilson quienes iniciaron el debate académico en 1933 con el artículo “Journalists”, como parte de su obra titulada *The Professions*, editada en Gran Bretaña.

En lo que se refiere a Latinoamérica, entre 1960 y 2007 se registraron 231 publicaciones sobre la profesión periodística, de las cuales el 35.1% corresponde a artículos académicos y el 34.2% a tesis de posgrado, siendo estos los dos tipos de publicaciones con mayor frecuencia (Mellado, 2010). A pesar de estas cantidades, Mellado señala que se ha prestado poca atención al crecimiento del conocimiento científico sobre la profesión en los periodistas latinoamericanos, además, las investigaciones en el área han estado más orientadas hacia el receptor, el medio o el mensaje. Como conclusión, la autora califica como insuficiente, retrasada, difusa, desestructurada e irregular a la producción científica del tema en la región.

13

De manera similar, Arroyave, Gill y Blanco (2007, p. 69) sostienen que en países como Alemania, Estados Unidos, Francia e Inglaterra existe un cuerpo interesante de investigación empírica sobre la profesión periodística, no así en Latinoamérica, en donde este tipo de estudios son “poco visibles”, lo que da cuenta no sólo de obstáculos en la producción sino también en la difusión de este tipo de estudios.

EL PERIODISMO COMO PROFESIÓN

Uno de los caminos para adentrarse en el estudio de la profesión es la sociología de las profesiones, rama que según Rodríguez y Guillén (1992, pp. 17-18) tiene un triple objetivo: la organización social de las actividades de trabajo, la significación subjetiva de las mismas, y las formas de estructuración de los mercados de trabajo. Además, los autores identifican tres grandes enfoques de esta sociología: El primero, que intenta definir las características de las profesiones distinguiéndolas de las ocupaciones (oficios), un segundo, que rechaza la dicotomía profesional-no profesional, y por último, un enfoque que interpreta la evolución

y funcionamiento de las profesiones, explicando sus principales rasgos sobre la base de relaciones de poder que existen entre ellas.

En lo que respecta a la literatura sobre profesionalismo en el periodismo, John Soloski en su artículo “News reporting and professionalism” la divide en dos grandes grupos, por una parte ubica a la que se enfoca en definir a una profesión frente a las profesiones clásicas (medicina y derecho); y en el otro grupo sitúa a la literatura que trata la relación entre los profesionales y sus organizaciones (Soloski, 1989, p. 55).

14 Es así que el profesionalismo en el periodismo ha sido abordado con mayor fuerza por aquellas teorías que buscan definir qué es y qué no es una profesión, tomando como punto de partida al derecho y la medicina. Como señalamos anteriormente, los primeros en problematizar la situación del periodismo en este contexto fueron Carr-Saunders y Wilson (1933, p. 265) al señalar que en el periodismo “no existe una técnica particular que se pueda aplicar en diferentes esferas de la práctica”, en referencia a la que es una de las características básicas de las profesiones tradicionales. Los autores observaron que esto no es posible en el periodismo a causa de la gran diversidad de actividades y personal necesario para producir un periódico. Si esto ya era claro en 1933, en la actualidad el panorama es más complejo, no sólo al interior de las redacciones sino al exterior, pues además de las tareas periodísticas, tan sólo fenómenos como las nuevas tecnologías y la creciente comercialización han impactado y complejizado la manera de hacer periodismo.

Dentro de la literatura descrita por Soloski que busca caracterizar lo que es una profesión se encuentra uno de los trabajos emblemáticos en relación al periodismo. Se trata de la obra *Journalists at work* publicada en 1971 y realizada a través de las técnicas de encuesta, entrevista y observación por parte de Jeremy Tunstall. Su obra fue calificada por Howard Tumber como la más importante en su momento, ya que entonces no había estudios similares (2006, p. 60). Tunstall a su vez es citado en otros textos (Soloski, 1989; Aldrige y Evetts, 2003; Van Zoonen, 1998) principalmente por una de sus conclusiones en la que define al periodismo como una profesión “indeterminada”.

El adjetivo de “indeterminada” proviene de una comparación con la medicina y las leyes, ya que Tunstall (1973) parte del supuesto de que aquellas son “ocupaciones relativamente compactas, uniformes y claramente definidas”. A consideración del autor, las ocupaciones con estas características son las que aspiran a convertirse en profesiones, por lo que concluye que el periodismo sólo puede aspirar a ser una *semi-profesión*. Esto tiene que ver con un argumento similar al de Carr-Saunders y Wilson expuesto muchos años antes, ya que para Tunstall el término *periodista* es una “etiqueta que la gente usa para un rango muy diverso de actividades aplicadas a ellos mismos”, diversidad que según él se había incrementado en los últimos 30 años, es decir, para comienzos de la década de 1970 (Tumber, 2006, p. 63).

15

Si bien en *Journalists at work* no se discute el concepto de profesión —a decir de Aldrige y Evetts (2003)—, Tunstall reafirma su observación de que el periodismo es una ocupación muy amplia, y retoma los cinco atributos de Greenwood (1957) con los que deben contar las profesiones, esto para fortalecer su afirmación de que el periodismo sólo puede alcanzar un estatus de semiprofesión. Estos atributos son: 1) una teoría sistemática; 2) autoridad; 3) sanción (relativa a las licencias profesionales); 4) código de ética; y 5) asociaciones profesionales. Todos estos elementos son aspectos muy complejos y discutibles en el caso del periodismo, aunque para Henningham (1979, p. 50) las dos mayores lagunas del periodismo en esta lista se encuentran en las áreas de teoría y en la de autonomía (relacionada con la característica de “autoridad”).

Este tipo de teorías enfocadas en las características de las profesiones son conocidas también como “teorías de los rasgos” o “diferenciadoras”, y como señalan Tumber y Prentoulis, éstas fueron dominantes en las investigaciones durante las décadas de 1960 y 1970. En ellas, los *rasgos* más comúnmente citados son: conocimiento básico, educación, *testing*, organización, altruismo y códigos de conducta (Tumber y Prentoulis, 2005, pp. 58-59). El problema de ellas, señalan estos dos autores, es que se basan en el supuesto de una profesión verdadera o ideal y además estática, cuando en realidad se trata de fenómenos dinámicos que van

adquiriendo mayor complejidad, y además podemos sumar el contexto geográfico de las mismas como condicionante.

Si siguiéramos las definiciones tradicionales y las teorías diferenciadoras nos encontraríamos con que el periodismo no es una profesión o que se encuentra en construcción como tal. Sin embargo, esta conclusión limitaría la construcción de nuevos hallazgos y el conocimiento de la cultura periodística, en donde la noción de profesionalismo brinda pautas para conocer las representaciones del periodista y las dinámicas de trabajo.

EL PROFESIONALISMO, MÁS QUE UN DISCURSO

Ante la siempre ardua y a veces infructuosa tarea de clasificar al periodismo como oficio, semiprofesión, profesión o como cualquier categoría, surgieron teorías que van más allá de este propósito para entender el significado del profesionalismo y el uso que se le puede dar por parte de los periodistas y de las organizaciones. Observaciones relativamente tempranas como la de Hughes (1958) sostenían que lo importante no es definir si el periodismo es una profesión, sino que más bien importa el significado de sus reclamos para ser considerada una profesión (citado en Soloski, 1989, p. 53). Fue así que se empezaron a producir estudios con una visión crítica acerca de aquellas concepciones más alejadas de las teorías definidoras, por la que esta clase de estudios que vamos a citar a continuación no pretenden definir lo que es y no es una profesión, o al menos no como objetivo central.

Por su carácter abstracto y por ser utilizado de manera rutinaria por parte de los actores de cualquier profesión, el profesionalismo (o el “ser profesional”) es un concepto complejo que forma parte de la ideología ocupacional y que pone en escena no sólo las creencias de los sujetos sino la manera en que se relacionan con el entorno, por ello es útil convenir que no se trata de un fenómeno individual, sino también colectivo, y aunque posturas contemporáneas dentro de los estudios de la profesión periodística lo conciben en primera instancia como un discurso, el

profesionalismo es más complejo que sólo eso. Estas mismas posturas también advierten que las nociones de profesionalismo se relacionan con otros factores en distintos niveles. Es así que Reese (2011, p. 4) lo califica como un concepto “conflictivo” y “problemático”, ya que se conforma por varios valores puestos en tensión en un contexto donde participan profesionales, prácticas y sistemas de trabajo.

El profesionalismo es un concepto que se puede concebir como un método de control de comportamiento (Soloski, 1989; Aldrige y Evetts, 2003; Márquez, 2005) pero al mismo tiempo como un fenómeno que tiene que ver con la identidad, la ideología y las rutinas de trabajo (Arrueta, 2010; Hanitzsch, 2007; Martini y Luchessi, 2002; Reese, 2011; Van Zoonen, 1998). Por estas razones, es pertinente considerar que también el significado de profesionalismo puede variar de un lugar a otro (no necesariamente de un país a otro), por lo que conlleva significados y valores distintos para un periodista deportivo en relación a un periodista de información general, a un corresponsal de guerra, etcétera. Stephen Reese es uno de los autores que advierten que el concepto de profesionalismo debe entenderse en un contexto cultural específico (2011, p. 7).

Alrededor de los discursos sobre profesionalismo varios autores han notado cierta mitología en torno al periodismo, misma que tiene que ver con una construcción heroica de los profesionales debido a la narrativa que se conforma por elementos como obstáculos diversos y una función social idealizada. Aunque estas construcciones míticas difieran de la realidad por situaciones “reales” como la mala imagen del periodista (Raúl Cardoso, en Luchessi y Martini, 2002, p. 24) o sean utilizadas como eslogan de mercadotecnia (Aldrige y Evetts, 2003), también brindan información sobre los valores profesionales.

Este tipo de valores –heroicos o no–, creencias y actitudes, entendidos en una visión crítica como la de John Soloski pueden tener un fin instrumental, pues su argumento principal es que el *news professionalism* es un “método eficiente por el cual las organizaciones periodísticas controlan el comportamiento de reporteros y editores” (1989, p. 207). ¿Cómo se

manifiesta esa estrategia de control a partir del profesionalismo? Soloski indica que hay dos maneras: a) estableciendo estándares y normas de comportamiento; y b) mediante un sistema de recompensas.

La primera de ellas se construye a partir de la educación escolar y del entrenamiento profesional, ya sea por separado o bien una combinación de ambas. Esto permite, según el autor, conformar una base cognitiva que llega a ser compartida entre los profesionales del periodismo, independientemente de la empresa a la que pertenecen.

18 El resultado de estas normas de comportamiento compartidas es un “mecanismo de control trans-organizacional” (Soloski, 1989, p. 208), es decir, que estos patrones se pueden compartir entre periodistas de distintos medios y a la distancia.

De esta forma se crea un marco de acción que no sólo alcanza para una determinada empresa periodística, sino que adquiere un nivel más amplio una vez que los periodistas comparten los códigos de “profesionalismo” (uno de ellos sería la objetividad) que guían su comportamiento. Si bien el periodista debe trabajar con la construcción de acontecimientos en noticias, “la rutinización de lo excepcional es la marca distintiva de la profesión” (Luchessi y Martini, 2002, p. 110), gracias al profesionalismo, se reducen las posibilidades de que el accionar de los periodistas se salga de control, más allá de las situaciones extraordinarias. Por ello Soloski hablaba de un marco de acción.

Por su parte, el sistema de recompensas también forma parte del profesionalismo desde el punto de vista de Soloski al reconocer el éxito de los periodistas según criterios y valores propios de la organización periodística. Estas recompensas pueden ser de dos tipos y son visualizadas como “escaleras”: escalera profesional y escalera gerencial (Kornhauser, 1963). En el primer caso, la recompensa consiste en aumentar el salario del periodista junto con sus responsabilidades de supervisión y directivas. En tanto, la escalera gerencial consiste en recompensar al periodista ascendándolo de puesto para que forme parte del equipo de toma de decisiones, con lo cual se busca consolidar la lealtad del profesional con la organización (Soloski, 1989, pp. 213-214).

Esto no quiere decir que el periodista pierda autonomía o libertad total, ya que el *news professionalism* contempla un margen de libertad de acción para los periodistas, por lo que en términos de control, este concepto es un “arma de doble filo” como señala el propio Soloski, ya que no garantiza que no existan confrontaciones en el proceso de *news-making* e incluso no erradica los conflictos con las áreas administrativas o comerciales de la organización (1989, p. 215).

Pero no todo termina en el *news professionalism* y sus normas de comportamiento y escaleras de recompensa, ya que elementos “trans-organizacionales” se complementan con controles “intra-organizacionales”, los cuales tienen que ver con las reglas de cada empresa periodística. Estas últimas se enfocan en educar a los periodistas según las políticas de la organización. Juntos, estos dos *mecanismos de control* –en palabras de Soloski–, “ayudan a establecer límites para el comportamiento profesional de los periodistas. Reiteramos, esto no significa que dicten acciones específicas a los periodistas sino que ofrecen un marco de acción (1989, p. 218).

Otras autoras que expresan una visión crítica sobre el concepto de profesionalismo son Meryl Aldrige y Julia Evetts, pues para ellas este concepto se trata de un discurso que actúa como *mecanismo de control ocupacional* y en particular como una forma poderosa de *auto-disciplina* (Foucault, 1979) o control “a distancia” (Miller y Rose, 1990).

Al introducir el concepto de *control ocupacional*, las autoras critican las teorías que hablan del profesionalismo como una “lista de rasgos”, para concebirlo más bien como un discurso que puede ser utilizado como eslogan de mercadotecnia, o en comunicados de las compañías para motivar a los empleados, o como un marco de *auto-identidad* que podría ser interpretado como una forma de capital cultural (Bourdieu, 1990). Pero al mismo tiempo, como una ideología que permite no sólo el *auto-control* sino la *auto-explotación* (Aldrige y Evetts, 2003, p. 550), aunque, aclaran que este discurso es complementado por otras acciones para alcanzar dicho control, como la supervisión, las correcciones, altas exigencias profesionales, ente otras.

Aldrige y Evetts agregan las nociones de identidad e ideología, a diferencia de Soloski. De esta forma, el profesionalismo no sólo tiene que ver con la disciplina sino que también abre la puerta a otros conceptos que permiten abordar este fenómeno como parte de una cultura, sin olvidar que el significado, o mejor dicho, los significados de profesionalismo en el periodismo están sujetos a un cambio constante.

20 Para las autoras, una de las preguntas clave para entender la función del profesionalismo en las profesiones es: ¿cómo es el discurso de profesionalismo usado no sólo por los trabajadores sino también por los directivos para disciplinar a través de identidad ocupacional y autocontrol? (Aldrige y Evetts, 2003, p. 555), aunque también podrían agregarse, ¿cómo se construye ese discurso de profesionalismo?, y ¿qué significa para “x” sujetos el profesionalismo en su actividad?

¿CÓMO ANALIZAR EL PROFESIONALISMO?

Un concepto que puede servir de punto de partida ante la complejidad y las vastas posibilidades para analizar el profesionalismo es el de *ideología profesional*, que en el contexto periodístico es concebido por Deuze como “el cemento cultural que mantiene unidos a los periodistas como profesión y que da forma a la fundación de la identidad del periodismo” (en Hanitzsch, 2007, p. 370).

Las aproximaciones empíricas para analizar el profesionalismo también se pueden distinguir en los dos grandes grupos que mencionaba Soloski. Uno de ellos se preocupa por medir si el periodismo es una profesión o un oficio, mientras que el otro enfoque se centra en analizar los usos del profesionalismo como discurso y como parte de una cultura periodística. Sin embargo, en ocasiones las fronteras entre uno y otro no son tan claras y para muestra nos encontramos con el estudio realizado por David Weaver (1998), quien a través de una encuesta realizada a periodistas de 21 países buscó información sobre sus características principales así como sobre sus valores profesionales. Para ello propuso cuatro indicadores generales: 1) membresía en organizaciones, 2) prácticas éticas

o “aceptables”, 3) aspectos importantes de su trabajo, y 4) la manera en que ven a su audiencia. Como vemos, propone categorías que tienen que ver con ambos enfoques de estudios descritos por Soloski, y además una de las preocupaciones de Weaver era saber si los periodistas se están volviendo “más profesionales”, por lo que en ese sentido su estudio podría ser considerado como mixto (ya que busca definirlo como profesión pero también intenta ir más allá), pues también analiza cuestiones como la vocación y otros valores periodísticos.

En cuanto a los trabajos que se enfocan en analizar el uso del profesionalismo como discurso y que conciben el periodismo como una cultura, podemos decir que su finalidad no es evaluar al periodismo como profesión, sino de entender los significados y la interacción entre los aspectos que conforman el profesionalismo. Es el caso de Stephen Reese, quien propone el llamado “modelo de jerarquía de influencias” (2001, pp. 7-11) que consiste en los siguientes cinco niveles para analizar el profesionalismo: 1) individual, 2) rutinas, 3) organizacional, 4) “extra-media”, y 5) ideológico. El nivel individual abarca las cuestiones personales del periodista como entrenamiento, *background* y sus actitudes. El segundo nivel, el de rutinas, se conforma por el análisis de las reglas, procedimientos y normas estructuradas y naturalizadas en el lugar de trabajo. En el nivel organizacional se consideran los objetivos y políticas a lo largo de la organización, mismos que no son tan directos como en el caso de las rutinas, sino que se refieren a los “imperativos” que dan origen a dichas rutinas dentro de una estructura formal. A decir de Reese, es en este nivel donde el analista debe ser cuidadoso al comprender los mecanismos de control de la estructura organizacional. Por su parte, el nivel extra-media (fuera del medio) considera las relaciones externas con instituciones como gobierno, anunciantes, relaciones públicas, grupos de interés e incluso otras organizaciones de medios. Por último, en el nivel ideológico se busca conocer el sistema de significados y el sentido común de los periodistas, aunque para llegar a resultados “coherentes”, advierte Reese que es necesario considerar el funcionamiento de los cuatro niveles anteriores.

Thomas Hanitzsch es otro autor que propone categorías o, en su caso, “dimensiones” –como él mismo les llama– para estudiar los significados y las prácticas periodísticas en tanto cultura, esto en su texto *Deconstructing Journalism Culture* (2007). Es un autor que no emplea explícitamente el concepto de profesionalismo, aunque sus aportes tienen que ver con elementos similares a los de otros autores que sí utilizan dicho concepto pero partiendo de la noción de *cultura periodística*, definida como una “serie de ideas y prácticas por las cuales los periodistas consciente e inconscientemente legitiman su rol en la sociedad e interpretan su trabajo con sentido para ellos mismos y otros” (Hanitzsch, 2007, p. 369).

2.2

En total son siete las dimensiones que propone Hanitzsch para estudiar la cultura periodística y las distribuye en tres componentes de la siguiente manera:

Institutional Roles			Epistemologies		Ethical Ideologies	
Interventionism Intervention (+) Passive (-)	Power Distance Adversarial (+) Loyal (-)	Market Orientation Consumers (+) Citizens (-)	Objectivism Correspondence (+) Subjectivity (-)	Empiricism Empirical (+) Analytical (-)	Relativism Contextual (+) Universal (-)	Idealism Means (+) Outcome (-)

Fuente: Hanitzsch (2007, p. 371)

Estas son sólo algunas propuestas para abordar el profesionalismo en el periodismo a partir de la interacción con periodistas. Aunque no existe un consenso internacional para abordar el tema de investigación, entre otras razones porque en muchos sitios se trata de un tema emergente, sí podemos encontrar pautas y conceptos en común que pueden ser útiles para el análisis, como la ideología profesional, los mecanismos de control y las rutinas periodísticas.

Más allá de las distintas propuestas metodológicas, uno de los principales avances de las últimas décadas fue el reconocimiento de las teorías de los “rasgos” como un abordaje parcial y limitado hacia el profesionalismo, ya que se trata de un fenómeno cambiante según los contextos.

BIBLIOGRAFÍA

- Aldrige, M. y Evetts, J. (2003). Rethinking the concept of professionalism. The case of journalism. En Howard Tumber (Ed.), (2008). *Journalism. Critical concepts in media and cultural studies*. Vol. III. Londres: Routledge.
- Arroyave, J., Gill, J. y Blanco, I. (2007). Latin American Journalist's Perceptions of the Profession: Between Exhaustion and Fascination. *The Florida Communication Journal*, 35(2), 67-76.
- Arrueta, C. (2010). *¿Qué realidad construyen los diarios?* Buenos Aires: La Crujía.
- Baldivia, J. et al. (1981). *La formación de los periodistas en América Latina: México, Chile y Costa Rica*. México: ceestem/Nueva Imagen.
- Berkowitz, D. (2011). *Cultural Meanings of News: A Text-reader*. Los Ángeles: SAGE.
- Bourdieu, P. (1990). *Reproduction in Education, Society and Culture*. Londres: SAGE.
- Carr-Saunders, A.M., y Wilson, P.A. (1933). Journalists. En Howard Tumber. (2008). *Journalism. Critical concepts and cultural studies*. Londres: Routledge.
- De Burgh, H. (Coord.), (2005). *Making journalists*. Londres: Routledge.
- Foucault, M. (1979). On Governmentality. *Ideology and Consciousness*, 6, 5-21.
- Greenwood, E. (1957). Attributes of a profession. *Social Work*, 2(julio), 45-55.
- Hanitzsch, T. (2007). Deconstructing Journalism Culture: Toward a Universal Theory. *Communication Theory*, 17(4), 367-385.
- Harcup, T. (2004). *Journalism. Principles and practice*. Londres: SAGE.
- Hernández, M. E. (2004). La formación universitaria de periodistas en México. *Comunicación y Sociedad*, 1-(2), 100-138.
- Luchessi, L. (Comp.), (2010). *Nuevos escenarios detrás de las noticias*. Buenos Aires: La Crujía.
- Márquez Ramírez, M. (2005). *The radio journalist in Mexico: Practices, Notions and Attitudes to Professionalism*. Tesis de Maestría en Journalism Studies, Cardiff School of Journalism Media and Cultural Studies, Cardiff, Reino Unido.
- Martini, S. (2000). *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. Buenos Aires: Norma.
- y Luchessi, L. (2002). *Los que hacen la noticia. Periodismo, información y poder*. Buenos Aires: Biblos.

- Mellado, C. (2010). Análisis estructural de la investigación empírica sobre el periodista latinoamericano. *Comunicación y Sociedad*, 13, 125-147.
- Miller, P. y Rose, N. (1990). Governing economic life, *Economy and Society*, 19(1), 1-31.
- Reese, S. (2001). Understanding the Global Journalist: A Hierarchy of Influences Approach. En D. Berkowitz, (2011). *Cultural Meanings of News*. Londres: SAGE.
- Rodríguez, J. y Guillén, M. (1992). Organizaciones y profesiones en la sociedad contemporánea. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 59, 9-18.
- Soloski, J. (1989). News reporting and professionalism. *Media, Culture and Society*, 11(2), 207-228.
- ²⁴ Tumber, H. (2008), *Journalism. Critical concepts in media and cultural studies*. Vol. III. Londres: Routledge.
- y Prentoulis, M. (2005), Journalism and the making of a profession. En H. de Burgh. *Making journalists*. Londres: Routledge.
- Tunstall, J. (1973). Journalism as an occupation. A comparison with the legal and medical professions. *Medico-Legal Journal*, 41(3), 87-101.
- Van Zoonen, L. (1998). A professional, unreliable, heroic marionette. *European Journal of Cultural Studies*, 1,(1) 123-143.

Hacia el nuevo perfil del periodista actual: especializado, negociador, empoderado y autónomo

Fernando Gutiérrez Atala

RESUMEN

El artículo aborda las transformaciones que enfrenta la profesión informativa a raíz de los avances tecnológicos, propios de esta época, y de la complejización social que implica la sociedad del conocimiento. En ese sentido, propone la formación especializada como una herramienta para los periodistas que les permita empoderarse de su labor y actuar con autonomía frente a fuentes y audiencias, cumpliendo de esta forma con una labor de gestión social ante los públicos que, debido a la abundancia informativa, corren el riesgo de no procesar ni comprender lo que sucede en su entorno.

Palabras clave: Sociedad del conocimiento, Especialización periodística, Profesión periodística, Formación periodística, Autonomía profesional.

ABSTRACT

This article deals with the multiple changes faced by journalism due to both technological advances of this era and the social complexity involved in the information society. In this sense, the article proposes the specialized training as a the necessary tool that empowers journalists and allows them to be autonomous from sources and audiences, thus fulfilling their social role for a public that, facing the abundance of information, risk not being able to process or to understand what happens around them.

Keywords: Knowledge society, Journalism specialization, Journalism profession, Journalism training, Professional autonomy.

25

NUEVOS PERFILES PARA EL PROFESIONAL DE LA INFORMACIÓN

Un escenario informativo complejo como el que actualmente enfrentan los comunicadores requiere no sólo de altas dosis de reflexión respecto de la función informativa y sus transformaciones constantes, es indispensable también una fuerza de trabajo que la sostenga, es decir, el capital humano suficiente para los nuevos tiempos. La situación hace cada vez más necesario pensar en un giro hacia un nuevo perfil de periodista, múltiple, diverso y complejo.

26 Esta transformación surge por una exigencia de la audiencia, pero lentamente determina nuevas tendencias en la educación superior, con replanteamientos de los perfiles y currículos universitarios, para que los nuevos profesionales respondan a las necesidades cada vez más exigentes del mercado y lo hagan de acuerdo a los cánones correctos.

Según el Centro Interuniversitario de Desarrollo (CINDA), existen numerosos documentos gubernamentales y de organismos especializados que expresan este proceso de renovación, entre ellos el informe de la Conferencia Mundial sobre Educación Superior de la UNESCO (1998); “Educación Superior en América Latina y el Caribe” del Banco Interamericano de Desarrollo (1997); “Universidad Siglo XXI: Europa y América Latina”, CINDA-Columbus (2000); la Declaración de Rectores Españoles (2002), entre otros, y todos apuntan hacia la configuración de nuevos roles y nuevas tendencias en materia de profesiones.

El término perfil puede definirse como un conjunto de rasgos peculiares que caracterizan a alguien o algo. Es decir, las características particulares de alguna persona o alguna cosa. Así, en el caso de los periodistas, podría señalarse que éstos –como profesionales de la información– poseen un perfil o unos perfiles, creado(s) en función de la caracterización particular que se haga de su profesión.

Así, definiendo a un profesional como una persona capaz de tomar decisiones fundadas en un cuerpo de conocimientos especializados para intervenir en situaciones complejas variadas y variables en un campo de acción particular, haciéndose responsable de las decisiones que toma,

precisemos que el perfil profesional es el conjunto de competencias para el ejercicio de una profesión. O sea, el perfil define qué es el profesional, qué debe saber, qué debe ser capaz de hacer, qué actitudes debe reflejar en sus conductas, cuáles son sus obligaciones éticas y cómo debe participar en el medio social.

En el perfil profesional se configura el conjunto de rasgos y capacidades que, certificadas apropiadamente por quien tiene la competencia para ello, permiten que alguien sea reconocido social y comunitariamente como *tal* profesional, pudiéndosele encomendar tareas para las que se le supone capacitado y competente. A partir del establecimiento de un perfil profesional, el sistema educacional puede determinar el perfil de egreso de un programa académico determinado, que corresponde a las competencias mínimas que debe tener una persona al terminar sus estudios para incorporarse al ejercicio profesional.

27

Ya en el 2003 la Organización de las Naciones Unidas (ONU) señalaba que entre las acciones posibles de cooperación internacional entre los países, en el marco de la Sociedad de la Información, se encuentra la necesidad de trabajar en la búsqueda de nuevos perfiles profesionales, que sean adecuados para las demandas que estos nuevos escenarios imponen. Las demandas y los currículos están cambiando muy rápido, de manera que hay que analizarlos constantemente a fin de minimizar los tan frecuentes desajustes en materia de capacitación profesional.

Las transformaciones que impone la nueva sociedad informacional se traducen en modificaciones no sólo para el periodismo como profesión, sino que para cada profesional de las informaciones en particular. En ese sentido, la clave para entender cómo están cambiando los distintos roles profesionales es conocer las evoluciones generadas principalmente por los avances tecnológicos, evaluar sus consecuencias sociales y determinar las necesidades en materia de comunicación que tiene la población.

Sin embargo, la definición de perfiles específicos puede ser una tarea difícil en periodos en que la profesión enfrenta escenarios de multifuncionalidad evidentes. El periodismo como disciplina académica todavía no cuenta con el debate crítico profundo y los diferentes enfoques

conceptuales no logran dar con una propuesta equilibrada entre teoría y práctica. En ese sentido, urge explorar un nuevo concepto de periodismo que sea un punto de encuentro entre estas dos esferas, analizándolas y proyectándolas a partir de las nuevas realidades sociales, culturales y económicas, que den pie para transformar las maneras de pensar esta profesión y de hacer periodismo. En el caso de los periodistas, el papel fundamental de la profesión sólo será posible cumplirlo si es que quienes dicen ser profesionales cuentan con una formación especial, habilidades y juicio, que les permitan ser conocidos y reconocidos por la comunidad en la que se insertan, con las capacidades cognitivas, normativas y de construcción sociológica propias de la labor que cumplen. Allí evidentemente hay tareas pendientes.

En lo específico, la realidad latinoamericana da muestras claras de esta falta de debate y definición de perfiles adaptados a las nuevas necesidades, a lo que debe agregarse una desproporcionada oferta académica y unas posibilidades laborales cada vez más limitadas. Datos de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social demuestran una abundante oferta de profesionales, con cifras que van de 3 programas en 1940, a 81 en 1970, 271 en 1992 y 1 025 en 2005, los que van acompañados de una moderada demanda laboral. Esto repercute en bajos niveles de sueldos, aumento de la cesantía, condiciones de trabajo desmejoradas y dificultades para validarse social, profesional y económicamente en el entorno laboral.

En el caso específico de Chile, la encuesta “Estado del Periodismo Nacional 2009”, que fue aplicada a 300 periodistas de medios de comunicación de la capital (Santiago), aporta una radiografía clara sobre las condicionantes actuales del ejercicio para la autonomía profesional, además de los efectos de las presiones externas en materia de cobertura informativa, calidad informativa y reales posibilidades de investigación periodística. El estudio establece como un factor clave considerar a los propios profesionales de los medios en la búsqueda de un perfil desde el análisis de sus percepciones sobre el periodismo y el contraste entre los escenarios ideales planteados por la deontología y la realidad de las

rutinas laborales. Este dato no es menor, ya que la realidad continental respondería a una lógica de ambigüedad sobre la naturaleza de la labor del comunicador, pues se ha categorizado al periodista de maneras bastante dispares o sobre la base de contextos y realidades culturales foráneas.

En este contexto, las propuestas reflexivas apuntan a otorgar un rol protagónico a las entidades formadoras de profesionales, por la relación directa que tienen con la situación actual del periodista. Sin embargo, este rol no apunta necesariamente a la limitación de la oferta informativa (pues el propio mercado debería regular los niveles de saturación dentro de la profesión), sino a una intervención desde la perspectiva social, es decir, establecer las bases para una mayor coherencia entre la profesionalización de la actividad periodística y las verdaderas posibilidades de su ejercicio en la sociedad actual. O sea, una redefinición del perfil profesional.

29

UNA PROFESIÓN EN CAMBIO

Revisar la relación profesional del binomio información-tecnología permite afirmar que esta profesión fue y sigue siendo marcada por un proceso continuo de redefinición de especialidades y subprofesiones. Cada novedad tecnológica ha generado tensiones y ha funcionado como catalizadora para las nuevas formas de periodismo en varios puntos cronológicos de la historia reciente, por lo que la reprofesionalización, entendida como la ejecución de nuevas tareas, ha sido un proceso permanente. Así, el desarrollo de esta profesión está marcado por sucesivos periodos de transformación y cambio, pues los factores sociológicos y los factores tecnológicos que se unen en el tiempo en un momento determinado, van a ser los que radicalmente cambien el enfoque de los medios de comunicación o del fenómeno informativo en la sociedad. Son encuentros cronológicos, es decir, sincronías entre la oferta y la demanda, entre cambio social y la oferta.

La pregunta que surge es ¿qué sucede con la profesión periodística en la actualidad, con los cambios tecnológicos derivados de la aparición de

internet? La red de redes es el mejor ejemplo de un definitivo encuentro entre los factores de la oferta, con una todavía inimaginable tecnología informática y una demanda caracterizada por un alto grado de especialización e investigación, exigida a los periodistas y a los medios.

30 Como se ha planteado, el periodismo se está convirtiendo en una profesión cambiante. Fuller adelantó que el nuevo medio interactivo amenaza el *statu quo* y promete una excitante forma nueva de aprender sobre el mundo. Por su parte, Kovach y Rosenstiel presentan un argumento irrefutable que demuestra que el negocio noticioso está pasando por un momento de transición. De acuerdo con los autores, cada vez que se presentó un periodo de significativo cambio social, económico y tecnológico, ocurrió una transformación en las noticias. Por estos días el cambio en las noticias puede ser más dramático, pues por primera vez en nuestra historia, cada vez más la noticia es producida fuera del periodismo y argumentan que la nueva tecnología, junto con la globalización y la conglomeración de medios, está causando un alejamiento de un periodismo que está conectado a la construcción de ciudadanía y que apoya a una democracia saludable. El periodismo enfrenta entonces un proceso de redefinición, ajustándose a las fuerzas perturbadoras que lo rodean. Así, no es una sorpresa que las discusiones sobre los foros de periodismo participativo, tales como los *weblogs*, se centren con frecuencia en debates defensivos sobre qué es el periodismo y quiénes pueden llamarse legítimamente periodistas.

Con el advenimiento de internet –como en su momento también ocurrió con la aparición de otras nuevas tecnologías– el profesional en el terreno de la comunicación se enfrenta a un nuevo y considerable reto profesional que es adoptar esta tecnología en beneficio de su trabajo. Sin embargo, éste no debe contentarse simplemente con adaptarse al cambio, como si se tratara de una moda, y tampoco debe limitarse a utilizar un nuevo lenguaje. La principal exigencia que se le plantea es comprender y controlar las nuevas características de los medios. En el fondo, se trata de ser protagonistas, no espectadores, de la revolución a la que estamos asistiendo. Tal situación nos exige estar preparados.

Este contexto conduce a la empresa informativa a ofertar plazas para nuevos perfiles profesionales de comunicadores, por ejemplo, adiestrados en el uso de la informática como herramienta de gestión y producción. El objetivo final que persiguen los empresarios con esta estrategia consiste en la preparación de equipos capaces de elaborar productos distintos a los hasta ahora conocidos, a fin de atender las nuevas demandas informativas, ya que –como señalamos– el periodista desempeñará un papel relevante en la sociedad de la información. Así, la tecnología puede facilitar que cualquier usuario de internet se convierta en informador, pero no puede garantizar una información veraz, de calidad y creíble. Por lo tanto, el cometido de intérprete y mediador seguirá gozando de buena salud, sólo si se tiene la capacidad de enfrentar adecuadamente tal desafío.

31

EL IMPERIO DE LA TECNOLOGÍA Y LO INSTANTÁNEO

El florecimiento de la Sociedad de la Información se sustenta en la idea de transformar la información digital en un valor económico y social, una diferencia sustancial para producir más y en condiciones de mayor ventaja competitiva. Porque esta época no sólo está determinada por las nuevas tecnologías, sino por una nueva forma de organización económica y social motivada por éstas, que se definen como sistemas mediante los que se recibe, manipula y procesa información. Aquí internet ocupa un rol protagónico como promotora de la convergencia que permite la fusión de las tecnologías de información y divulgación, las tecnologías de la comunicación y las soluciones informáticas. En este sentido, la red representa una nueva forma de organización de la producción, como lo que en su momento, con la revolución industrial, representó la fábrica como medio para organizar la producción en masa. Lo que era antes la fábrica hoy lo es internet.

Este escenario digital ofrece un espacio amplio y novedoso, pero también repleto de vacilaciones, propio de entornos nacientes y en evolución. Dentro de la triangulación tecnología-sociedad-individuo, aparece como variable clave la aceleración de la realidad, que anticipa

no sólo la velocidad de escape, sino que la intangible ubicuidad de lo digital. En estos días, nos abocamos a una realidad con crecientes dosis y exigencias de bulímica instantaneidad e inmediatez de respuesta ante toda clase de estímulos, donde el recurso escaso es la atención y donde la velocidad es confundida, o es, el progreso mismo. Por tanto crece la capacidad para ir redefiniendo quiénes somos a una velocidad nunca experimentada. En otras palabras, la velocidad se ha convertido así en la forma de la relación y en la relación misma.

32

Pero esta rapidez e instantaneidad característica de hoy, sumada al apogeo tecnológico, tiene también su lado perverso, cuyos síntomas comienzan a aparecer en lo social y en lo laboral. La hiperconexión que de ella deriva hace que la complejidad de los procesos de relaciones sociales se incremente hasta niveles que no se habían conocido hasta ahora. Como consecuencia, aparece la pregunta respecto a qué o cuánto está retrasando el tránsito de una Sociedad de la Información a la Sociedad del Conocimiento, es decir, ese nuevo ambiente donde ya no es exclusivamente la información el bien máspreciado, sino que la capacidad de transformarlo en algo ventajoso y útil para los miembros de la comunidad.

Es necesaria la pregunta, ¿presenciamos un desfase, un retraso en el proceso de transformar la información globalmente disponible, democratizada y al alcance de todos, en un insumo superior que preste utilidad a la sociedad en la que se desenvuelve cada individuo? Todo parece indicar que sí. Parafraseando a Eudald Carbonell, la tecnología y su socialización generan tensiones y divisiones en nuestras estructuras etológicas y culturales. Por ende, no sólo debe preocuparnos propiciar y llegar a ese conocimiento, sino que enfrentamos ahora el más difícil de los desafíos: lograr una difusión efectiva del conocimiento, para que se den las condiciones propicias para caminar hacia una sociedad del pensamiento.

Es que la rápida obsolescencia del conocimiento y la dinámica renovación del mundo actual hacen que la realidad laboral que enfrentan los periodistas sea cada vez más compleja, lo que lleva a Gonçal Mayos a advertir que el crecimiento hiperbólico de la sociedad del conocimiento amenaza con superar las capacidades biológicas y genéticas de la humani-

dad. De ese modo, su éxito continuado amenaza con condenar sin remedio a la incultura a todos y cada uno de los individuos que la integran. Nadie puede estar al nivel que está alcanzando la sociedad del conocimiento como estadio contemporáneo de la evolución cultural de la humanidad.

Se plantea el tema de la rapidez, a partir de las dificultades que ofrece como riesgo inminente de desfase social, es decir, como catalizador de lo que se considera un nuevo tiempo de analfabetismo, esta vez de carácter tecnológico y digital. Mayos sostiene que todo monumento de cultura lo es también de barbarie, pues detrás de las grandes revoluciones cognitivas y tecnológicas, también amenazan nuevos tipos de exclusión cognitiva, de marginación cultural y opresión tecnológica. En este sentido, internet plantea una comunicación revolucionaria que como sociedad aún estamos procesando y adaptando a nuestras realidades individuales y profesionales.

33

La tecnología empuja a un peligroso ambiente de disfunciones sociales. Esta idea puede comprobarse a partir del interesante parangón entre los postulados del demógrafo inglés Robert Malthus y el desarrollo tecnológico. El llamado efecto maltusiano señala que en los últimos siglos, el saber tiende a crecer en progresión geométrica, en cambio las posibilidades de cada sujeto para procesar ese conocimiento lo hace en proporción aritmética, configurando un escenario donde el saber producido supere las capacidades cognitivas individuales para procesarlo, arrastrándonos a la ignorancia o a la incultura por exceso. A partir de allí, es posible establecer que las grandes revoluciones tecnológicas generan también sus propios excluidos, un nuevo tipo de analfabetismo entre aquellos que no han tenido la suerte, los medios o la capacidad para incorporarse rápidamente a ellas. Se quiera o no, una de las consecuencias del gran éxito de la revolución informática y de internet es que han generado un nuevo tipo de analfabeto funcional.

Nos preguntamos, ¿es la Sociedad del Conocimiento una utopía? ¿Estamos realmente instalados en ella? Se trata de un concepto tan vago, dice Subirats, que cualquier postura podría ser defendible, depende de lo que se quiere expresar y de lo que se espere, de las expectativas del concepto y lo que éste representa. Apunta a todo lo contrario: nos alejamos

de ella en la medida en que crece la conciencia de nuestra ignorancia, al crecer la información y el conocimiento disponibles.

¿Es entonces la ignorancia uno de los efectos colaterales de este auge tecnológico, tan rápido, tan voraz, tan instantáneo, que no nos da el tiempo suficiente para asimilarlo? ¿Son las sociedades hoy en día, víctimas de la avalancha de información y de conocimiento, cada vez más ignorantes? ¿Estamos en la presencia de señales que configuran entonces una Sociedad de la Ignorancia? Y más importante aún, ¿cuál es el rol, la tarea y los desafíos de los medios y los periodistas en este escenario? Todas las profesiones, pero en particular la de los informadores, deben asumir que trabajan en una sociedad distinta, que cuenta con un panorama más amplio de medios y con nuevas convenciones profesionales. Un ambiente dominado por la tecnología y la interactividad delimita no sólo un nuevo terreno para el accionar de los profesionales del periodismo, sino que puede ser el inicio de nuevas formas y procesos con el público y la audiencia que –incluso– podrían arrastrarnos hasta una reconceptualización de la profesión informativa.

34

LA AUTONOMÍA COMO HERRAMIENTA DE EMPODERAMIENTO INFORMATIVO

Aunque este nuevo escenario efectivamente significará cambios en los soportes, lo que debiera mantenerse sin modificaciones en la nueva era es el periodismo como profesión. Pero también habrá transformaciones sobre los cometidos del profesional de la información, es decir, habrá un *nuevo periodismo* y un *nuevo periodista*. La confluencia del papel de emisor y receptor, la retroalimentación y la mayor facilidad para publicar en las redes puede significar un cambio sustancial en el concepto tradicional de la profesión de informador. Más allá del asunto tecnológico, lo claro es que esta sociedad requiere de un periodista *más hábil*. La enorme disponibilidad permitirá al informador profesional contar con una abundante información que tendrá en sus manos para enfrentar el proceso informativo.

Todo lo señalado sólo podrá lograrse potenciando dos importantes características del informador. Primero, una *sólida preparación*. El periodista deberá tener una mayor preparación, tanto en ciencias de la información como en cultura general. La inmediatez y la rapidez con que tendrá que transmitir la información requerirán de una capacidad para cometer el menor número de errores posibles. El hecho de transmitir información de manera inmediata no será un pretexto para la desinformación o equivocación. La profesionalidad de los informadores resulta cada vez más necesaria, lo que hace más vital que nunca profundizar en su identidad, su formación y particularmente su especialización. Para los nuevos cometidos, el periodista precisa dominar las herramientas actuales, disponer de buena formación que permita combinar la polivalencia con la especialización temática y con la especialización por soportes, y contar con talento para ofrecer contenidos bien elaborados.

35

Además, debe exigirse una *mayor profesionalización*, ya que el movimiento de concentración de las empresas (de medios impresos o audiovisuales) y la competencia resultante, han trastornado la lógica de la información y su tratamiento. La generalización de la comunicación integral en las instituciones políticas y en las empresas para revalorizar una imagen, o simplemente para informar o promover actividades, entraña una profesionalización muy vinculada con las tareas de la comunicación.

Las modificaciones del perfil implícitamente señaladas empujan hacia la figura que se ha denominado periodista polivalente, entendiéndolo como profesional con competencias amplias y específicas, que surgen según los medios donde trabaja, el soporte con el que labora o el producto que espera generar. Y no se trata de una idea estrictamente nueva, pues hace ya dos décadas se alertaba que la concentración que atraviesan los medios de información, la movilidad profesional, el estatus social y la seguridad en el puesto dependen también de la calidad de la información. Asimismo, la creciente complejidad y diferenciación existentes en los campos profesionales exigen la elevación del nivel de formación periodística.

Los periodistas viven la polivalencia de diferentes modos, dicen Salaverría, Micó, Navarro y Pardo. Mientras los profesionales siempre fueron polivalentes en los medios pequeños (donde debían hacer de todo), el informador de un diario en línea asume la polivalencia de manera natural, como parte del proceso de integración y convergencia tecnológica. Sin embargo, en las empresas tradicionales de grandes dimensiones este proceso de transición, a menudo conflictivo e inestable, aún está abierto. Este proceso de renovación continua, dicen, radica en que las competencias que tiene un profesional de la comunicación difícilmente le servirán a lo largo de toda su vida laboral: deberá actualizarse de manera permanente, tanto en lo relativo al uso de las tecnologías como en los procedimientos de trabajo.

Sin embargo, las empresas de la información no siempre han comprendido y asimilado esta situación, abordándola más desde una perspectiva de recursos más que de resultados y calidad informativa. Las empresas exprimen demasiado sus recursos y no invierten en formación, lo que puede diluir y homogeneizar el producto informativo, a riesgo de perjudicar la calidad de su trabajo. De este modo, el periodista polivalente se convierte en periodista multiuso. Así, los condicionantes de la producción informativa en el entorno de convergencia (actualización constante, adaptación a múltiples soportes, sobrecarga de trabajo, etcétera) pueden incidir en el debilitamiento de estándares periodísticos tales como la veracidad, la exactitud y el rigor. Por ello, hay que considerar en qué medida, a pesar de las ventajas que la convergencia de redacciones traiga consigo, la calidad de los contenidos periodísticos puede disminuir significativamente.

Las preguntas son, ¿cómo enfrentar este desafío? ¿Qué se debe hacer para asegurar en los periodistas la misión de empoderarse para lograr el objetivo de una medición efectiva entre información y público? Surgen, a partir de este análisis, varias propuestas:

1. Dotar al informador de las herramientas pertinentes para potenciar en él la *negociación informativa*. Puede decirse que hoy la información está

tomando cada vez más un carácter negociable, es decir, la información es un producto que puede negociarse con la fuente poseedora de la materia prima. En ese sentido, la relación entre los periodistas y las fuentes ha sido caracterizada con frecuencia como una danza, negociación, entendida ésta última como transacción. Se define transacción como trato, convenio, negocio y como acción y efecto de transigir, es decir, consentir en parte con lo que no se cree justo, razonable o verdadero, a fin de acabar con una diferencia y ajustar algún punto dudoso o litigioso, conviniendo las partes voluntariamente en algún medio que componga y parta la diferencia de la disputa.

Entendiendo entonces la negociación informativa como el proceso en el cual el informador interactúa con la fuente, transando la obtención de información, podemos decir que el dominio del tema sujeto a transacción se convierte en la herramienta clave para que ésta sea exitosa para el informador. Del resultado obtenido en las negociaciones entre fuentes y periodistas depende en buena medida la cantidad y la calidad de la información que se consiga y se publique. Esto influirá incluso en el modo en que el medio de comunicación presentará finalmente esa información a su audiencia.

37

El periodista *empoderado* está capacitado para dialogar de mejor forma con las fuentes y, por lo tanto, para cuestionar y verificar su interpretación de la realidad y enfrentarle a otras alternativas, es decir, para negociar respecto de la forma de mirar los acontecimientos que van ocurriendo y que protagonizan la pauta diaria.

En el fondo, lo que está en juego en la negociación entre periodistas y fuentes es la definición de lo que se entenderá por información noticiosa. No en vano, fuentes y periodistas están involucrados en una lucha por el control de los acontecimientos. En tal situación, el empoderamiento permite al informador negociar con las fuentes en las mejores condiciones, seleccionar mucho más adecuadamente los contenidos y evitar aquellas intoxicaciones informativas, pues recurren al conocimiento directo proporcionado por las fuentes.

Lo importante radica en favorecer un diálogo equilibrado entre informador y fuente, y por lo tanto, beneficiar también la negociación, pues los reconocen como interlocutores válidos mediante los cuales se puede hacer llegar a la opinión pública su visión sobre los hechos. Esa relación solamente es posible y efectiva desde el momento en que los periodistas se presentan frente a las fuentes de información como profesionales críticos y bien preparados.

2. Reflexionar si los periodistas, como profesionales que son, están *suficientemente formados y adiestrados* para evitar la manipulación, muchas veces camuflada como ayuda o colaboración por parte de las fuentes interesadas. Aunque este asunto es ya complejo, si se suma la precariedad de algunos medios de comunicación, la falta de recursos y la sobrexigencia laboral, se genera un ambiente, por decirlo de alguna forma, perjudicial para un desarrollo libre y seguro de la labor informativa.

Chimeno aporta una interesante reflexión al respecto, al señalar que el control de la capacidad de persuasión subjetiva de la fuente es una tarea de hecho difícil y compleja, pero muy necesaria, en la medida en que permite generar credibilidad al margen de los niveles que tenga la fuente en materia de interés, de veracidad y de objetividad. En ese sentido, precisa que habría que plantear la necesidad de una cualificación objetiva y profesional del periodista, capaz de minimizar los factores persuasivos permanentemente activados en las fuentes. En muchos casos, obvia decir que esos factores alcanzan niveles irracionales y patológicos que propician tipos particulares de manipulación social.

Así, todo parece indicar que la cualificación profesional sería la herramienta más eficaz para ejercer control frente a las fuentes, desde el punto de vista de saber quiénes son, cuáles son sus intereses y cuáles son sus estrategias de persuasión. Por eso, la premisa sería advertir esta situación a los informadores, precaviéndolos desde su formación en la universidad, ya que –a juicio de Elías– el estudio profundo de la identificación y la idiosincrasia de las fuentes en cada área de especialización, así como de investigaciones realizadas en facultades, que demuestren cómo se comporta

cada tipo de fuente, debería ser el eje fundamental de la docencia en ciencias de la información si queremos paliar esa vulnerabilidad del periodista. También habría que incluir en el programa de estudios de periodismo especializado las sofisticadas técnicas de persuasión que utilizan las fuentes.

Puede cerrarse esta idea con los planteamientos de Quesada, quien precisa que el periodista actual, aquel que reconoce los efectos positivos del manejo de información especializada, no puede continuar eludiendo por más tiempo su responsabilidad social frente a las audiencias a las que informa, alegando limitaciones en su formación. A su juicio, la tendencia a la oferta de cursos de especialización permite que se configure un escenario donde la figura del periodista especializado no es la excepción, el informador estrella ni el privilegiado; al contrario, se está convirtiendo en la figura habitual, sin la que no sería posible ofrecer una información en profundidad ni un trabajo profesional de calidad. En ese sentido, no sería irresponsable afirmar que la historia del periodismo moderno ha entrado en una nueva etapa de predominio de la especialización.

39

3. Enfrentar la necesidad urgente de que los *profesionales se adapten* a esta realidad ya modificada y en constante evolución. Se entiende al informador como un mediador o gestor de información, lo que lleva a sostener que la figura del periodista, en ese contexto, está lejos de desaparecer como podría pensarse, a pesar de la gran avalancha de información de los nuevos medios digitales y de una participación cada vez más relevante y riesgosa de la audiencia en la delimitación del temario mediático. Por el contrario, el informador va adquiriendo cada vez mayor relevancia, ya que está llamado a satisfacer las necesidades de comunicación derivadas de los nuevos estilos de vida, que exigen una práctica profesional rigurosa y completa.

En consecuencia, el periodista, el comunicador, tiene un papel destacado como mediador social, ya que su tarea consiste, a grandes rasgos, en ofrecer a su público aquellos acontecimientos o aquellas historias que considere relevantes o interesantes para su audiencia, más allá de la complejidad del tema a informar. Esta tarea se ve potenciada

y amplificada debido a la proliferación de nuevas iniciativas y plataformas digitales capaces de hacer llegar al público una oferta informativa, educativa o lúdica muy superior. Si a ello sumamos la especialización de los contenidos, nos enfrentamos a un plano muy interesante, pero a la vez complejo para los informadores profesionales, pero que es una obligación reconocer, asumir y enfrentar.

40

Una reflexión final debe dirigirse hacia la autonomía. Las tres tareas señaladas (aumento en el poder de negociación informativa, potenciamiento del proceso formativo y asumir la labor del profesional de la información como una tarea de mediación público-realidad informable) apunta a otorgar al periodista el nivel suficiente de *autonomía profesional*, que le permita el correcto desempeño de sus labores informativas, que apunten a enfrentar de manera adecuada los cambios sociales, culturales y profesionales que generan las innovaciones y la reinención permanente y continua del periodismo, con la incorporación de nuevas reglas y nuevos valores dentro del debate sobre la calidad (Deuze, 2004 y 2005). Esta exigencia está directamente relacionada con valores vinculados a la ética profesional, tales como la responsabilidad, la credibilidad y la independencia.

Estudios de la realidad chilena demuestran un predominio de periodistas con características pasivas, neutrales, con un excesivo acento hacia la difusión, poco analíticos y serviles en su actividad y con una permanente sensación de amenaza sobre su autonomía. Por eso, las proposiciones de este trabajo aspiran a potenciar la reflexión y la ideación de propuestas específicas desde las universidades para mejorar las condiciones de operación de miles de periodistas, haciendo frente a la cultura mosaico, donde ninguna idea es necesariamente general, pero en la que muchas ideas son importantes y donde la jerarquización es prácticamente imposible, porque no existe un hilo conductor entre las ideas. Tal contexto transforma la realidad informativa en un escenario caótico y difícil de manejar por parte del periodista, por lo que las ideas aquí contenidas aspiran a ser útiles para la generación de un entorno profesional pertinente que les permita a los comunicadores cumplir con su indiscutible rol y servicio social.

BIBLIOGRAFÍA

- Bowman, S. y Willis, C. (2003). *Nosotros el medio. Cómo las audiencias están modelando el futuro de las noticias y la información*. Reston, Va: The Media Center at the American Press Institute.
- Carbonell, E. (2011). “La sociedad de la ignorancia”. En G. Mayos, y A. Brey, *La sociedad de la ignorancia*. Barcelona: Península.
- Castells, M. (1999). *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*. Madrid: Alianza.
- Cepal. (2003). *Los caminos hacia una sociedad de la información en América Latina y el Caribe*. Santiago de Chile: Naciones Unidas.
- Chimeno, S. (1997). Las fuentes en el proceso de la información periodística especializada. En F. Esteve, *Estudios sobre información periodística especializada*. Valencia: Fundación San Pablo/CEU.
- CINDA. (2004). *Competencia de Egresados Universitarios*. Santiago: CINDA.
- Corvalán, H. (2005). *Construcción de un perfil profesional*. Talca, Chile: IIIDE, Universidad de Talca.
- Del Fresno, M. (2011). *Netnografía*. Barcelona: UOC.
- Deuze, M. (2004). What is multimedia journalism? *Journalism Studies*, 5(2), 139-152.
- (2005). What is journalism? Professional Identity and ideology of journalist reconsidered. *Journalism Theory, Practice and Criticism*, 6(4), 442-464.
- Elías, C. (2004). La especialización periodística como herramienta para paliar la vulnerabilidad del redactor ante las fuentes manipuladoras. En M. J. Casals (Coord.), *Mensajes periodísticos y sociedad del conocimiento*. Madrid: Fragua.
- Felafacs. (2005). *La formación de los periodistas en las escuelas de comunicación de América Latina: situación actual, demandas laborales y necesidades sociales*. Río Cuarto: Universidad Nacional de Río Cuarto.
- Fernández del Moral, J. (1996). *Fundamentos de la información periodística especializada*. Madrid: Síntesis.
- Franquet, R. (1999). Comunicar en la sociedad de la información. *ZER*, 7, 21-44.
- Fuller, J. (1997). *News values: ideas for an information ages*. Chicago: University of Chicago Press.
- García, E. (2003). La negociación informativa en el periodismo especializado. En F. Esteve y A. Lozada, *El periodismo de fuente*. Salamanca: Universidad Pontificia de Salamanca.

- Kobach, B., y Rosenstiel, T. (2001). *The elements of journalism: what newspeoples should know and the public should expect*. Nueva York: Three Rivers Press.
- López, X. (2000). Nuevos soportes para un periodismo necesitado de reflexión crítica. *Revista Latina de Comunicación Social*, 31 [http://bit.ly/KJX-PuN].
- Mayos, G. (2011). Dificultades para el empoderamiento de la sociedad del conocimiento. En G. Mayos, y A. Brey, *La sociedad de la ignorancia*. Barcelona: Península.
- Mellado, C. (2010). Reflexiones sobre la oferta académica, la situación laboral y la formación del periodista en Latinoamérica. *Revista de Ciencias Sociales*, 16(1), 9-20.
- 42 — y Parra, E. (2008). Indicadores de identidad y perfil del periodista regional en Chile. *Opción*, 24(55), 145-167.
- , Salinas, P., y Barria, S. (2010). Estructura del empleo periodístico y validación profesional de sus prácticas en el mercado laboral chileno. *Innovar: revista de ciencias administrativas y sociales*, 20(36), 91-106.
- Quesada, M. (1998). *Periodismo Especializado*. Madrid: Ediciones Internacionales Universitarias.
- RAE. (2008). *Diccionario de la Lengua Española*. Tomo 2. Buenos Aires: Real Academia Española.
- Romano, V. (1984). *Introducción al periodismo. Información y conciencia*. Barcelona: Teide.
- Salaverría, R. y García-Avilés, J. A. (2008). La convergencia tecnológica en los medios de comunicación: retos para el periodismo. *Trípodos*, 23, 31-47.
- Scolari, A., Micó, J., Navarro, H. y Pardo, H. (2008). El periodista polivalente. Transformaciones en el perfil del periodista a partir de la digitalización de los medios audiovisuales catalanes. *Zer*, 13(25), 37-60.
- Singer, J. B. (2003). Who are these guys? The online challenge to the notion of Journalistic Professionalism. *Journalism*, 4(2), 139-163.
- Subirats, M. (2011). La sociedad del conocimiento y las dificultades de su producción. En G. Mayos y A. Brey, *La sociedad de la ignorancia*. Barcelona: Península.
- Túñez, M. (1999). *Producir noticias: cómo se fabrica la realidad periodística*. Santiago de Compostela: Tórculo.
- Yez, L. (2010). Estado actual y desafíos profesionales de los periodistas chilenos. *Cuadernos de Información*, 28, 45-56.

Propuesta metodológica para el análisis de los *encuadres periodísticos* en la cobertura del narcotráfico en México

Radamanto Portilla Tinajero

RESUMEN

En el marco de la denominada “Guerra contra el narcotráfico” y el contexto de violencia generada por la delincuencia organizada, el papel social de los medios de comunicación en la cobertura informativa de este fenómeno deja mucho que desear. La falta de consenso entre los distintos medios informativos sobre *qué* y *cómo* informar cuando se trata de los fenómenos del narcotráfico y el crimen organizado, son un problema si consideramos que es a través de ellos que la sociedad mexicana se mantiene informada sobre este tipo de acontecimientos. En este sentido, el presente documento pretende presentar una propuesta metodológica para el análisis del contenido mediático desde la perspectiva y los postulados de la teoría del *framing*.

Palabras clave: Encuadre, Medios de comunicación, Narcotráfico, Cobertura informativa.

ABSTRACT

As part of the so-called “War on drugs” and the context of violence generated by organized crime, the media coverage of this phenomenon is far from satisfactory. The lack of consensus among the media on *what* and *how* to report drug-trafficking and organized crime events is problematic considering the fact that it is through the media that Mexican society is informed about such events. In that sense, this paper introduces a methodological proposal for the analysis of media content from the perspective and the postulates of the Framing Theory.

43

En el marco de la denominada “Guerra contra el narcotráfico” y el contexto de violencia generada por la actividad de la delincuencia organizada, el papel social de los medios de comunicación¹ en la cobertura informativa de este fenómeno deja mucho que desear. En este sentido, el presente documento pretende presentar una propuesta metodológica para el análisis del contenido mediático desde la perspectiva y los postulados de la teoría del *framing* o encuadre.

La falta de consenso entre los distintos medios informativos sobre *qué* y *cómo* informar cuando se trata del fenómeno del narcotráfico y el crimen organizado, es un problema si consideramos que es a través de ellos que la sociedad mexicana se mantiene informada sobre este tipo de acontecimientos. Por tal motivo, es importante conocer *cómo* la prensa mexicana construye y representa estos acontecimientos ya que eso contribuye a generar las imágenes e interpretaciones que la sociedad tiene de la realidad.

En el presente artículo se pretende exponer una propuesta metodológica para el análisis de los *encuadres periodísticos* utilizados por la prensa mexicana de referencia en la cobertura del fenómeno del narcotráfico en México. De esto se desprenden básicamente dos objetivos: por un lado, contribuir al debate sobre la cobertura informativa de temas específicos, como es el caso del fenómeno del narcotráfico; por el otro, se pretende dar continuidad a la producción científica sobre los *encuadres periodísticos*, proporcionando una propuesta metodológica concreta para el análisis de esta estrategia discursiva en la prensa mexicana de referencia.

En síntesis, la propuesta metodológica para el estudio de los *encuadres periodísticos* en la cobertura del fenómeno del narcotráfico en la prensa mexicana de referencia, presentada en las siguientes páginas, propone

¹ El debate sobre el papel o la responsabilidad sociales de los medios es bastante complejo y no es objeto del presente documento. Siguiendo los postulados de la *Comisión Hutchins*, entendemos este concepto como las funciones básicas a las que tienen que responder los medios: 1) “hacer un real, comprensivo e inteligente relato de los acontecimientos diarios con contexto y sentido”; 2) “servir de foro para el intercambio de comentarios y críticas”; 3) “proyectar la visión de la realidad de los grupos relevantes en la sociedad”; 4) “presentar y explicar las metas y valores de la sociedad”; y 5) “garantizar el acceso pleno a la información relevante del día”.

tres fases en la investigación. La primera corresponde a la identificación de los *encuadres* a partir de sus funciones, la segunda da cuenta de los encuadres utilizados de acuerdo a una tipología consolidada, y la tercera implica la inferencia de un encuadre específico a partir de la metáfora de la “guerra”. En su conjunto, las tres fases constituyen la matriz metodológica de la investigación.

La propuesta metodológica expuesta en este artículo tiene el objetivo de alimentar la reflexión y discusión en los lectores en torno a las bondades de la teoría del encuadre en el análisis de la cobertura informativa. Queda pendiente su aplicación a los casos empíricos, lo cual se está realizando como parte de un proyecto de investigación del autor, cuyos resultados serán socializados en próximas publicaciones. A pesar de la deficiencia que ello pueda representar, la propuesta metodológica ofertada en este documento es suficientemente coherente con relación a las referencias bibliográficas y propuestas metodológicas identificadas en las investigaciones sobre los *encuadres periodísticos*. Por otra parte, la ausencia de estudios similares para el caso de la cobertura del narcotráfico representó un arduo proceso de reflexión para la configuración de un método que sirva para este caso particular, mismo que no está exento de correcciones y críticas.

45

LA COBERTURA DEL FENÓMENO DEL NARCOTRÁFICO EN LOS MEDIOS INFORMATIVOS

En el contexto del fenómeno del narcotráfico y del crimen organizado en México, los medios informativos mexicanos desempeñan un papel fundamental a la hora de mantener informada a la sociedad sobre este tema. Los noticieros televisivos y radiofónicos, así como la prensa escrita y digital, son una de las más importantes fuentes de información para la sociedad mexicana sobre el acontecer local, regional, nacional e internacional. En 2006 el 73% de los mexicanos se informaban a través de la televisión, el 40% mediante los periódicos y el 37% con la radio. Gran parte de la información que la sociedad mexicana tiene sobre el

fenómeno del narcotráfico —y muchos temas más— proviene de los medios informativos.

46 En la cobertura que los medios informativos mexicanos dan a los temas de seguridad y violencia parece predominar la lógica de la nota roja: “el reporte de cifras sin contexto, sin historia, sin referentes, sin análisis, y con un lenguaje que alimenta el morbo (simplificador, estereotipado, insuficiente para describir lo que estamos conociendo” (Hernández, 2010, p. 4. El papel social que a los medios informativos les corresponde desempeñar en este contexto deja mucho que desear. Y como observa María Elena Hernández (2010, p. 4), “la cobertura prevaeciente refleja que no hay acuerdos claros ni al interior de los medios ni entre las distintas empresas informativas sobre *qué* informar y *cómo* hacerlo [cursivas añadidas]”. Esto representa un problema si consideramos que es a través de ellos que la sociedad mexicana se mantiene informada sobre este tipo de acontecimientos. Por tanto, es importante conocer cómo la prensa representa los acontecimientos ya que eso contribuye a generar las imágenes e interpretaciones que la sociedad tiene de la realidad.

LA *AGENDA-SETTING* EN EL ANÁLISIS DE LAS IMÁGENES, REPRESENTACIONES Y ASUNTOS DE LA REALIDAD

La idea de que las noticias construyen representaciones e imágenes de aspectos de la realidad, en oposición a la concepción objetivista de los medios informativos que concebía los productos noticiosos como un “reflejo” de los hechos, fue argumentada desde la década de 1920 por el sociólogo estadounidense Walter Lippmann en su investigación sobre la conformación de la opinión pública. Lippmann marcó una distinción importante entre el mundo que existe “realmente” (el *entorno*) y nuestras percepciones subjetivas de aquella realidad (el *pseudo-entorno*), las cuales en gran medida están influenciadas por los contenidos que los medios de comunicación difunden.

A partir de las ideas de Walter Lippmann, Maxwell McCombs desarrolló una teoría y metodología que permitiera obtener datos empíricos

sobre la influencia de los contenidos mediáticos en las representaciones y percepciones de los consumidores de información noticiosa: la *agenda-setting*. Para McCombs (1996) el efecto más importante de los medios masivos de comunicación es su capacidad de estructurar y organizar nuestro mundo, y esa capacidad es la que ha sido definida como la función de la *agenda-setting* (p. 16). En sentido pragmático, McCombs considera que las noticias influyen en muchas facetas de nuestra vida cotidiana: en nuestra toma de decisiones² y en nuestros sentimientos o percepciones.³ Sin embargo, el reconocimiento del “poder” de los medios que hace McCombs no es directo, inmediato e ilimitado, sino gradual, y depende de muchas variables internas y externas a los medios y a los sujetos.

47

La importancia de la *agenda-setting* radica en su capacidad medible y explicativa de los efectos mediáticos, aspecto que ha contribuido en su desarrollo y consolidación en el marco de las investigaciones sobre comunicación.

En el desarrollo de la teoría de la *agenda-setting* es posible identificar otra fase o enfoque teórico-metodológico: “la agenda de los aspectos” o el “segundo nivel de la agenda”. Este enfoque estableció el marco para la investigación de los aspectos o atributos vinculados a temas específicos de la agenda de los medios. La suposición de partida es que los medios no solamente filtran, seleccionan y enfatizan ciertos hechos de la realidad, sino que también “resaltan o esconden elementos particulares” de los asuntos en la constitución de la agenda de los medios. A partir de los aspectos o atributos incluidos o excluidos en la *agenda-setting*, las audiencias generan imágenes e interpretaciones de los temas que los medios

²Decidimos el modo de vestir para ir al trabajo o la escuela según el reporte meteorológico, o el camino para llegar a ellos según los reportes de tránsito, o los planes de fin de semana según la información de centros vacacionales o de esparcimiento; decidimos por quién votaremos según la cobertura mediática de las campañas electorales; etcétera.

³Las tragedias humanas y los desastres naturales reportados repercuten en nuestras sensaciones, los reportes sobre la criminalidad nos generan sentimientos de incertidumbre, inseguridad, desprotección, etcétera.

transmiten. De acuerdo con McCombs y Evatt (1995), la *agenda-setting* de los medios no sólo influye sobre *qué* temas son importantes, sino también en el modo en *cómo* pensamos acerca de esos temas.

EL PROCESO DE *ENCUADRE* COMO ESTRATEGIA
DE INTERPRETACIÓN DE LA REALIDAD

48

Los trabajos pioneros de Gaye Tuchman (1983) y Herbert J. Gans (1979) utilizaron el concepto de *frame*,⁴ definido como el marco organizativo e interpretativo de las noticias, para explicar el proceso a través del cual los periodistas construyen los acontecimientos noticiosos. Para estos autores los marcos vendrían a ser las normas o reglas propias de la organización periodística, mediante las cuales los profesionales conducen su actividad y construyen las noticias. A partir de estas investigaciones la noción de *frame* adquirió una gran relevancia en los estudios en comunicación para explicar un proceso característico de los medios informativos, relacionado principalmente con la dimensión interpretativa de los acontecimientos y la realidad.

A lo largo de tres décadas se desarrolló y consolidó un marco conceptual y metodológico en torno a la noción de *frame* en la investigación en comunicación: la teoría del *framing* o encuadre.⁵ En su investigación sobre el estado de desarrollo de la especialidad, Vicente y López (2009) organizan la investigación sobre *framing* en una línea de trabajo heterogénea y constante durante décadas. Ellos distinguen algunos momentos o etapas de la especialidad: primero, una fase de formación que inicia en 1974 con la aparición del concepto *frame* en los estudios sociológicos y

⁴ El concepto de *frame* fue introducido originalmente en los estudios sociológicos y psicológicos de Erving Goffman y Gregory Batenson en 1974. A ellos se deben los principales lineamientos conceptuales de la noción. Sin embargo, en los estudios en comunicación la noción apareció hasta las investigaciones de Tuchman (1983) y Gans (1979), algunos años después.

⁵ Sobre la pertinencia del uso del término *encuadre* como sinónimo en español de *framing* véase las disertaciones teóricas de Teresa Sádaba (2001, 2007). En este trabajo se utilizarán los términos *framing* y *encuadre* como sinónimos.

psicológicos de Erving Goffman y Gregory Bateson, y después introducido por Gaye Tuchman en los estudios de comunicación; segundo, entre los años 1990 y 1999 la especialidad experimenta un momento de definición conceptual y “aplicación descontrolada” de la metodología en estudios empíricos. En esta fase de desarrollo de la investigación destaca la figura de Robert M. Entman (1993, p. 52), quien aporta una de las más importantes definiciones de la noción de *encuadre* (*framing*): la entiende como una acción estratégica mediática que consiste en *seleccionar* y dar *relevancia* a ciertos aspectos de la realidad y que genera cuatro consecuencias en el discurso noticioso (definición del problema, atribución de las causas, evaluación moral y recomendación de tratamiento). Por otro lado Iyengar y Simon (1993), así como Valkenburg, Semetko y De Vreese (1999) desarrollan toda una serie de investigaciones empíricas donde ponen a prueba la metodología de la teoría del encuadre, obteniendo importantes avances como la generación de tipologías de los encuadres periodísticos.

49

Sin embargo, los intentos de coordinación y definición de la investigación en torno a la noción de *framing* no pudieron solventar la ambigüedad y equiparación con el segundo nivel de la *agenda-setting*. Como subrayan Vicente y López (2009), los estudios sobre *framing* continuaron “vinculándose al análisis del tratamiento periodístico (*cómo informativo*), como un paso más allá de la selección periodística (*qué informativo*) que representa la teoría de la *agenda-setting*”. La falta de consenso teórico-metodológico y la indefinición conceptual de la especialidad devino en lo que Robert Entman (1993) definió como “*framing*: un paradigma fracturado”.

A partir del año 2000 la investigación sobre *framing* experimenta intentos solventes de reorganización teórica y consolidación conceptual, acompañados de una mayor experimentación empírica a la registrada en la década precedente. La tercera fase de desarrollo de la especialidad estuvo marcada por la aparición de grandes obras de referencia —por ejemplo, los trabajos del Robert Entman (2010), Dietram A. Scheufele (1999), Claes de Vreese (2005), Dennis Chong y James N. Druckman

(2007), Stephen Reese (1001, 2007) y Teresa Sádaba (2001, 2007)—, cuyo objetivo, mediante la revisión teórica de todo lo realizado anteriormente, fue “determinar los principales problemas que han impedido la consolidación hasta el momento y afrontar los retos de clarificación conceptual y metodológica que plantean”.

En esta etapa de la investigación sobre *framing* fueron alcanzados dos resultados teóricos importantes. Por un lado, se llegó a una definición precisa de las diferencias y puntos en común de la especialidad con los planteamientos teóricos y metodológicos de la *agenda-setting* y el *priming*.⁶ De manera muy sintética, de acuerdo a Vicente y López
50 (2009, p. 21), la *agenda-setting* y el *priming* se basan en la “accesibilidad (*accessibility*), entendida como la mayor o menor capacidad de acceso a un tema almacenado en la memoria dependiendo de su relevancia (*saliency*)”, mientras que el *framing* tiene sus fundamentos en el concepto de aplicabilidad (*applicability*), “entendido como la conexión interpretativa entre dos temas”.⁷ En este sentido, “el *framing* se basa en la capacidad

⁶ El término *efecto priming* se refiere a la capacidad de los programas informativos para afectar los criterios por los cuales los líderes políticos, por ejemplo, son juzgados. El *priming* es una extensión de la *agenda-setting* y se relaciona con el impacto de la cobertura noticiosa en el peso asignado a temas específicos.

⁷ Teresa Sádaba sostiene que “la *agenda-setting* está relacionada con la transferencia y la accesibilidad; el *framing* con la interpretación del mundo” (2007, p. 79). Para Manuel Castells (2010) la agenda se refiere a la asignación de una especial relevancia a un asunto particular o a un conjunto de informaciones por parte de la fuente del mensaje con la expectativa de que la audiencia prestará una mayor atención al contenido y formato del mensaje, mientras que el *framing* es “el proceso de seleccionar y resaltar algunos aspectos de los acontecimientos o asuntos y establecer relaciones entre ellos con el fin de promover una determinada interpretación, evaluación y/o solución.. Para David Weaver (2007) hay semejanzas y conexiones entre la *agenda-setting*, *priming* y *framing*, pero no son perspectivas idénticas, pues ambos están más preocupados por *cómo* los temas u otros objetos (personas, grupos, organizaciones, países, etcétera) son representados en los medios que con los temas que son más o menos prominentemente reportados. Ambos se enfocan sobre los aspectos, temas o descripciones más prominentes o relevantes de los objetos de interés. Ambos tienen que ver con formas de pensar más que con objetos de pensamiento. Pero el *framing* parece incluir una gama más amplia de procesos cognitivos —tales como valoraciones morales, razonamientos sobre las causas, apelación a principios y recomendaciones de tratamiento de los problemas— que lo que hace el

para generar esquemas interpretativos reconocibles a partir de cambios significativos en el discurso”.

El otro resultado alcanzado fue la consolidación de “una base teórica inicial sobre los fundamentos del proceso *framing* y su aplicación científica comunicativa”. Robert Entman (1993 y 2010) es quizá el investigador que presenta “el modelo teórico y metodológico de integración más completo, tomando el concepto de *bias*⁸ como fundamento central”. A partir de la definición de *framing* de Entman, investigadores como Dietram A. Scheufele (1999) y Stephen Reese (2001) identificaron dimensiones específicas del proceso de *encuadre* —como las distinciones entre *media frames* y *audience frames*, *frame building* y *frame setting* y la cascada de activación del *framing*— y otros como Shanto Iyengar y Simon (1993), Patti Valkenburg, Holli Semetko y Claes de Vreese (1999) consolidaron las tipologías de los *encuadres periodísticos*.⁹

51

LA INVESTIGACIÓN SOBRE *FRAMING* EN MÉXICO

En los últimos diez años han sido escritos diversos artículos y volúmenes monográficos que revisan la evolución y el estado de los estudios en comunicación a nivel internacional, donde se subraya la importancia que el *framing* ha adquirido entre la producción académica. Estas investigaciones arrojan datos cuantitativos tanto sobre el volumen de la producción empírica del *framing*, como sobre su nivel de producción teórica. David H. Weaver (2007) destaca que entre 2001 y 2005 se registraron 165 investigaciones sobre *framing*, frente a 43 sobre *agenda-setting* y 25

segundo nivel de la *agenda-setting* (la relevancia de los atributos de un objeto). En su artículo “Thoughts on Agenda Setting, Framing and Priming”, David H. Weaver (2007) reconoce que el *framing* ha superado con creces la popularidad en la década pasada de los estudios sobre el establecimiento de la agenda y el *priming*, pero el *framing* parece ser el menos definido de los tres, conceptual y operacionalmente.

⁸ La traducción aproximada de *bias*, retomada del artículo de Vicente y López (2009), refiere a la tendencia general de un medio de comunicación.

⁹ Más adelante se definen conceptual y metodológicamente las distintas tipologías de los *encuadres periodísticos*.

sobre *priming*. Por otro lado, el trabajo de Jennings Bryant y Dorina Miron (2004, p. 693) ofrece datos significativos sobre la importancia del *framing*, principalmente durante el presente siglo. En su análisis de 1 806 artículos publicados en tres importantes revistas en comunicación,¹⁰ destaca la frecuencia y jerarquía que tiene el *framing*, posicionándose como una de las 26 teorías más relevantes de la segunda mitad del siglo xx. Como se mencionó anteriormente, a pesar del origen de la noción de *frame* en 1974, no fue sino hasta 1983 que se utilizó el concepto en los estudios en comunicación. A partir de 1995 este enfoque teórico registra un desarrollo continuo y creciente en la investigación de dicho campo.

52

En el mismo artículo de Bryant y Miron (2004), pero en un análisis centrado en las principales teorías actuales entre el 2001 y el 2004 —usadas en los artículos de investigación sobre la *mass communication* en seis revistas especializadas—,¹¹ el *framing* se presenta como la “teoría de la comunicación de masas más utilizada en la presente era”,¹² muy por delante de perspectivas como la *agenda-setting*, las teorías del cultivo, la teoría de las mediaciones,¹³ los efectos de la tercera persona,¹⁴ la de usos y gratificaciones o la teoría de la exposición selectiva.¹⁵

En México la situación de los estudios en comunicación sobre *framing* es un poco distinta. La investigación desde esta perspectiva es bastante

¹⁰ *Journalism & Mass Communication Quarterly*, *Journal of Communication*, y *Journal of Broadcasting & Electronic Media*.

¹¹ Las revistas incluidas en la muestra de análisis de Bryant y Miron fueron: *Journalism & Mass Communication Quarterly*, *Journal of Communication*, *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, *Communication Research*, *Mass Communication & Society*, y *Media Psychology*.

¹² En el original dice: *Framing, the most utilized mass communication theory of the present era*.

¹³ En inglés, *Mediations models/theory*.

¹⁴ En inglés, *Third-person effects*.

¹⁵ El análisis de Bryant y Miron (2004) revela que la teoría del *framing* fue utilizada en 21 investigaciones publicadas en las seis revistas que constituyeron el universo de análisis, mientras que la *agenda-setting*, teoría del cultivo, la teoría de las mediaciones y los efectos de la tercera persona, registraron una frecuencia de uso de 16 investigaciones para cada una de ellas. Para más detalles sobre estos datos remítase a las páginas 695-697 del artículo en cuestión.

escasa si la comparamos con el desarrollo que la especialidad tiene a nivel internacional.¹⁶

Después de revisar¹⁷ el Catálogo de Documentación en Ciencias Sociales (CC-DOC)¹⁸ y el Sistema de Información Científica Redalyc¹⁹ se obtuvieron los siguientes resultados:

TABLA I
Estudios en comunicación sobre framing en México

REVISTA	NÚMERO DE ARTÍCULOS	AUTOR Y FECHA
<i>Estudios Sociológicos</i>	1	Chihu y López, 2004
<i>Comunicación y Sociedad</i>	2	Chihu, 2005 Chihu, 2006a
<i>El Cotidiano</i>	1	Chihu, 2006b
<i>Global Media Journal</i>	3	Igartua y Otero, 2006 Sabre, 2011 Sorribas y Brussino, 2011
<i>Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales</i>	1	Muñiz <i>et al.</i> , 2009
<i>Razón y Palabra</i>	1	Zamora y Marín, 2010
<i>Convergencia. Revista de Ciencias Sociales</i>	1	Muñiz, 2011
<i>Tesis Doctoral</i>	1	Velázquez, 2011

Fuente: elaboración propia.

¹⁶ El artículo de Vicente y López presenta un exhaustivo análisis del estado de la investigación sobre *framing* en la producción académica española.

¹⁷ El criterio de búsqueda de investigaciones sobre el *framing* se realizó a partir de las siguientes palabras clave: *framing*, *frame* y encuadre. Los conceptos de búsqueda corresponden con las definiciones teóricas de la teoría del *framing* y fueron localizados en los títulos, resúmenes y palabras clave de las investigaciones y/o artículos disponibles en las fuentes. Fueron omitidas las reseñas.

¹⁸ Este es un catálogo que ofrece acceso sistematizado a la producción de la investigación académica sobre la comunicación en México, a cargo del doctor Raúl Fuentes Navarro, con el auspicio de la Universidad Jesuita de México (ITESO) y el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (Conacyt). Disponible en [<http://bit.ly/KHUtH4>].

¹⁹ Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal (Redalyc). La búsqueda en esta base de información se filtró con el criterio del país: México. Disponible en [<http://redalyc.uaemex.mx>].

Diez artículos de investigación y una tesis doctoral fue el resultado obtenido en la búsqueda de investigaciones sobre el *framing* en revistas mexicanas y centros de documentación de estudios en comunicación nacionales. Sin embargo dos artículos pertenecen a investigaciones españolas (ej. Igartua y Otero, 2006; Muñiz, *et al.*, 2009), lo que resulta en sólo ocho artículos de producción académica mexicana. Además la investigación sobre el *framing* en el país se remonta a solo cinco años atrás, de 2006 a 2011, a pesar de que los motores de búsqueda utilizados contienen documentación desde 1956, para el caso del CC-DOC, y desde 1993 en Redalyc. También es importante subrayar que cinco de nueve artículos fueron publicados en la presente década.

54

La investigación en México sobre *framing* es incipiente y escasa, sin embargo, los estudios desde esta perspectiva manifiestan una tendencia creciente entre los investigadores noveles y estudiantes de posgrado tanto de ciencias sociales como de comunicación.²⁰

DEFINICIÓN CONCEPTUAL DEL ENCUADRE

Los *frames* son esquemas compartidos entre el productor del mensaje, el receptor y la cultura donde se construyen. En el discurso periodístico los *frames* se encuentran en el periodista, en la audiencia, en el texto noticioso y en la cultura. Según Teresa Sádaba los *frames* son:

[...] esquemas compartidos que subyacen en las actitudes de los periodistas, que organizan la información; en los receptores, que son capaces de comprenderla; en los textos en los que se esconden y en la cultura en la que se genera [...] son tanto principios mentales de procesamiento de la información como características textuales (2007, p. 96).

²⁰ En conversaciones informales con estudiantes de posgrado me he enterado que el *framing* o encuadre es una de las teorías que se están utilizando en las tesis e investigaciones en progreso.

Los *frames* como ideas organizadoras del contenido de las noticias no se reducen a los componentes formales de los textos noticiosos (titulares, encabezados, tipografía, etcétera), ni a los elementos visuales (fotografías, logos, estadísticas, tablas y gráficos), aunque el análisis de determinadas palabras, metáforas, connotaciones y formas gramaticales proporciona indicadores fidedignos de los *frames*. Los teóricos del encuadre coinciden en que la noción de *frame* o marco no se trata simplemente de palabras, enunciados e imágenes, es una forma de pensar, una forma de interpretar, una forma de actuar. Para Manuel Castells —parafraseando a George Lakoff— el marco “no es sólo palabras, aunque las palabras o las imágenes sean necesarias para construir el marco y comunicarlo” (2010, p. 218). Los marcos tienen la capacidad de conectar el mensaje periodístico con los marcos mentales o de la experiencia; a través de ellos el receptor de la información puede traducir el mensaje y generar una interpretación del mismo.

55

La principal premisa de la teoría del encuadre es que un tema o asunto puede ser visto desde una variedad de perspectivas y, según el tipo de enfoque con el que se le construya mediáticamente, tiene implicaciones en múltiples aspectos de la sociedad: valores, opiniones, conductas, sensaciones, etcétera. El encuadre se refiere al proceso mediante el cual las personas desarrollan una conceptualización particular de un tema o reorientan su pensamiento acerca del asunto. Para Entman (1993), como se mencionó anteriormente, el proceso de *encuadre* consiste en seleccionar algunos aspectos de la realidad percibida y hacerlos más prominentes en un texto comunicativo, de manera que promuevan definiciones particulares de los problemas, interpretaciones de las causas, evaluaciones morales y/o recomendaciones para el tratamiento del asunto descrito.²¹ Y es mediante ese proceso que Sádaba (2007) considera que el periodista contribuye a generar una imagen e interpretación determinada de

²¹ *To frame is to select some aspects of apperceived reality and make them more salient in a communicating text, in such a way as to promote a particular problem definition, causal interpretation, moral evaluation, and/or treatment recommendation for the item described.*

lo que sucede en el mundo. Por su parte, Tankard (2001) sostiene que encuadrar un acontecimiento noticioso consiste en: abordar un tema de una cierta perspectiva, fijar una agenda de atributos, seleccionar ciertas palabras clave para confeccionar el discurso, manipular la prominencia de ciertos atributos y elaborar una “idea organizadora central” para construir las noticias. Por otro lado, para Reese (2001) los encuadres son principios organizativos que están socialmente compartidos y persisten en el tiempo, que trabajan en los significados simbólicos que estructuran el mundo social. Por último, Igartua y el grupo de investigadores españoles que hacen este tipo de investigaciones (Igartua y Muñiz, 2004; Igartua, Muñiz y Otero, 2006; Igartua, Muñiz, Otero y De la Fuente, 2007) , han determinado que el encuadre noticioso es el ángulo, enfoque, perspectiva o tratamiento de una información que se manifiesta en la elección, énfasis o importancia atribuida a los diferentes elementos y, en particular, la forma cómo covarían [sic] dichos elementos más o menos enfatizados en un texto.

DEFINICIÓN DE LAS FUNCIONES DEL ENCUADRE PERIODÍSTICO

La noción de *encuadre* adquirió el carácter de estrategia discursiva en el momento en que Robert Entman identificó las cuatro funciones básicas generalizadas que los constituyen: proporciona una definición particular del problema, da una interpretación de las causas, hacen una evaluación o juicio y/o proponen una recomendación de tratamiento. En términos generales, para Entman los *frames* diagnostican, evalúan y prescriben los problemas o asuntos que abordan los medios informativos.

Los *frames*: a) definen los problemas, es decir, determinan el agente causal y los costos y beneficios implicados, usualmente medidos en términos de valores culturales comunes; b) diagnostican las causas, identificando las fuerzas que crean el problema; c) hacen juicios (morales o jurídicos) evaluando a los agentes causales y sus efectos; y d) sugieren remedios, ofertando y justificando el tratamiento de los problemas y prediciendo posibles consecuencias. En ocasiones una simple sentencia u

oración puede contener más de una de las cuatro funciones del encuadre; en otras, muchas sentencias en un texto periodístico pueden no tener ninguna de ellas. Y un encuadre en un texto particular no necesariamente puede incluir las cuatro funciones.

Las cuatro funciones del encuadre pueden identificarse en el análisis de los textos periodísticos recurriendo básicamente a la aplicación de una plantilla de preguntas al contenido, cuyas respuestas sean mutuamente excluyentes (1=Si, 0=No); por ejemplo: a) ¿En el texto periodístico se define el problema o asunto principal, es decir, se dice qué ha sucedido?; b) ¿En el texto periodístico se enuncian las causas del problema o asunto, se dice por qué ha sucedido?; c) ¿En el texto periodístico se hace un juicio o valoración del problema o sus efectos, o se utilizan metáforas y adjetivos en la explicación?; y d) ¿En el texto periodístico se propone una posible solución o tratamiento del problema, o se predicen consecuencias de la situación?

57

Por otro lado, si con la investigación se desean obtener resultados cualitativos o interpretativos, sería conveniente identificar las ideas clave relacionadas con cada una de las funciones del encuadre y sus posibles implicaciones en el contexto de enunciación y/o contexto socio-histórico. Para obtener esta dimensión del análisis bastaría con complementar las preguntas anteriores con cuestiones como: a) ¿Cómo se define el problema, cuáles son los efectos o qué idea general podemos relacionar con el tema?; b) ¿Cuáles son las causas que originan el problema, quién es el responsable?; c) ¿Cuáles son los valores o juicios relacionados con el problema?; y d) ¿Cómo se propone una posible solución al problema?

TIPOLOGÍA DE LOS ENCUADRES PERIODÍSTICOS

El incremento de la popularidad del concepto de encuadre en el análisis de los medios se dio de la mano de una inconsistencia en su aplicación empírica. La generación de tipologías de los encuadres representó una iniciativa para solventar la inconsistencia e integrar un modelo del

proceso de encuadre que incluyera las perspectivas de la producción, el contenido y el uso de los medios.

58 Claus de Vreese propone una distinción de la investigación sobre los encuadres utilizados en las noticias de acuerdo a su grado de especificidad o generalidad de la información: *encuadres específicos*²² y *encuadres genéricos*. De acuerdo a De Vreese (2005), ciertos encuadres son sólo pertinentes para ciertos tópicos o acontecimientos específicos. Estos son los que podríamos considerar como *encuadres específicos* (p. 54). Mientras que otros encuadres trascienden las limitaciones temáticas y pueden ser identificados con relación a diferentes temas, algunos incluso a través del tiempo y en diferentes contextos culturales. Esta tipología sirve para organizar la investigación sobre el encuadre enfocándonos en las diferencias que ayudan a explicar el uso general del término.

Una aproximación *específica* para el estudio de los encuadres periodísticos permite profundizar en el nivel de especificidad y detalles relevantes para el acontecimiento o tema bajo investigación. Esta ventaja, sin embargo, es también una inherente desventaja. El alto grado de especificidad temática hace que el análisis de los *encuadres específicos* dificulte la generalización, la comparación y uso como evidencia empírica para la construcción teórica. Estudios sobre los *encuadres específicos* han analizado el tratamiento del terrorismo, la inmigración, las campañas políticas y otros temas de coyuntura política y social.

El grupo de estudios sobre los *encuadres genéricos* se enfoca en las características estructurales e inherentes de la práctica periodística profesional. Estos estudios vinculan los *encuadres periodísticos* a funciones más generales de la cobertura como los valores noticiosos, las normas y las convenciones periodísticas. La tipología de los *encuadres genéricos* más extendida en la investigación actual es la proporcionada por Valkenburg, Semetko y De Vreese (1999, p. 551), quienes distinguen cuatro tipos diferentes: a) *encuadre de conflicto*, por el énfasis en el conflicto entre las partes o los individuos; b) *encuadre de interés humano*, por el enfoque

²² En inglés el término original es *issue-specific frames*.

sobre un individuo como un ejemplo o por el énfasis en sentimientos u emociones; c) *encuadre de responsabilidad*, por la atribución de responsabilidad, de acreditación o de culpa de ciertas instituciones políticas o individuos; y d) *encuadre de consecuencias económicas*, por enfocarse en las consecuencias económicas para la sociedad. Estos *encuadres periodísticos genéricos* pueden ser encontrados en la cobertura de distintos temas, como ha sido demostrado por diversas investigaciones. Otras investigaciones sobre los *encuadres genéricos* han demostrado que el uso de uno u otro tiene un impacto específico en la interpretación y definición de los acontecimientos o temas.

Por último, Iyengar y Simon (1993, p. 369) proponen distinguir los encuadres periodísticos según el tipo de información en *episódicos* y *temáticos*. “Los *encuadres episódicos* [cursivas añadidas] muestran los temas públicos en términos de casos concretos o eventos específicos”,²³ como pueden ser los siguientes casos: un trabajador desempleado, una víctima de discriminación racial, un atentado terrorista, un asesinato particular, un escándalo político, etcétera. Los *encuadres periodísticos temáticos* abordan los asuntos públicos en un contexto general o abstracto, por ejemplo, las transformaciones en las oportunidades laborales, la defensa de los derechos humanos, las políticas contra el terrorismo, las acciones de prevención de la criminalidad, el seguimiento de la corrupción política, etcétera. La cuestión relevante para identificar estos dos tipos de encuadres podría ser si el texto informativo contextualiza o contiene argumentos explicativos del asunto abordado por los medios.

Actualmente el debate en la investigación sobre el encuadre se centra en la cuestión metodológica: en la elección entre enfoques cuantitativos o cualitativos, o en la combinación de ambos. Los métodos cuantitativos utilizan principalmente análisis de contenido y técnicas experimentales sobre las respuestas del público, y parten de la premisa de que es posible identificar de forma exhaustiva y medir con precisión todos los elementos de encuadre presentes en el discurso. Por el otro lado, los cualitativos

²³ Traducción propia.

emplean el análisis del discurso, los grupos de discusión o las entrevistas, con lo que generan resultados más realistas y contextuales de los *frames*, pero caen en problemas de interpretación, complicada categorización o excesiva influencia del analista. Los autores de la tendencia interpretativa están vinculados al constructivismo y al pensamiento crítico; exploran la composición de los *frames*, tanto mediáticos como personales, y el contexto sociocultural que los posibilita, lo que implica un importante *background* por parte de los analistas.

PROPUESTA DE ESTUDIO DE LOS ENCUADRES PERIODÍSTICOS

60

En este trabajo se pretende exponer una propuesta metodológica para el análisis de los *encuadres periodísticos* utilizados por la prensa de referencia en la cobertura del fenómeno del narcotráfico en México. La presente propuesta tiene básicamente dos objetivos principales: por un lado, contribuir al debate sobre la cobertura informativa de temas específicos, como es el del fenómeno del narcotráfico, enfocándonos en las estrategias adoptadas por los medios a la hora de informar sobre los acontecimientos, es decir, en el *cómo* informan. El otro objetivo es dar continuidad a la producción científica sobre el encuadre, proporcionando una propuesta metodológica concreta para el análisis de esta estrategia discursiva en la prensa mexicana para el caso particular de la cobertura del fenómeno del narcotráfico.

Se parte del supuesto que la prensa mexicana de referencia informa sobre el fenómeno del narcotráfico mediante un doble proceso de *encuadre (framing)* periodístico: por un lado, hace uso de *encuadres periodísticos genéricos* o encuadres generales interpretativos; y por el otro, ha configurado un *encuadre específico* para el asunto o tema del narcotráfico.

La hipótesis anterior implica, en primer lugar, identificar los encuadres periodísticos en la prensa mexicana de referencia, para lo cual se propone seguir el modelo de las *funciones del encuadre* como lo propone Robert M. Entman (1993). Mediante el análisis de los ítems informativos se identifican y describen las cuatro funciones básicas del encuadre: defini-

ción del problema, atribución de causa, valoración moral o ideológica, y recomendación de tratamiento; identificando en cada una de ellas los enunciados clave:²⁴ conceptos, ideas o argumentos; y el tema o asunto con el que se le relaciona dentro del propio discurso periodístico.

Los *temas* representan el asunto de que se trata el discurso periodístico y explican la coherencia general de los textos noticiosos. Los temas son la “esencia” de lo que el discurso periodístico especialmente sugiere o considera más importante. Los usuarios de la prensa no son capaces de memorizar los detalles de cada texto noticioso y del discurso periodístico global, pero sí organizan mentalmente el sentido del texto en significados o temas globales, lo que Van Dijk (2003) denomina como las macroestructuras semánticas.

61

Los temas no pueden ser observados directamente, son inferidos del discurso periodístico, o asignados a él, por los usuarios de la prensa. No obstante, se expresan con bastante frecuencia en la dimensión formal del discurso, es decir, en la estructura de la noticia; por ejemplo, en el titular, en el encabezado, en el cuerpo de la noticia (oraciones y argumentos) y en la conclusión o cierre. Según Van Dijk (1990), en el discurso periodístico las macroestructuras semánticas se expresan explícitamente mediante los titulares y los encabezamientos de las noticias.

Esta primera fase de la investigación queda representada con la siguiente parrilla analítica:²⁵

²⁴ En el estudio de Pablo López (2010) se demuestra la importancia de la identificación de “ideas clave” relacionadas con cada una de las funciones del encuadre.

²⁵ Para esta fase de la investigación recupero parte de la propuesta metodológica de Pablo López Rabadán, disponible en su artículo sobre el análisis de la noción de “estrategia de encuadre”; los resultados de su investigación justifican las categorías propuestas en este documento.

TABLA 2
Identificación de los encuadres periodísticos mediante sus funciones

PRIMERA FASE IDENTIFICACIÓN DE LOS ENCUADRES			
FUNCIONES DEL ENCUADRE	PRESENCIA DE LA FUNCIÓN DEL ENCUADRE	IDEA CLAVE VINCULADA A LA FUNCIÓN DEL ENCUADRE	MACROESTRUCTURA SEMÁNTICA O TEMA GENERAL
Definición del problema	Presente (1) No presente (0)	¿Cómo se define el problema, cuáles son los efectos o qué idea general podemos relacionar con el tema?	¿Cuál es el tema general del ítem noticioso?
Interpretación de las causas	Presente (1) No presente (0)	¿Cuáles son las causas que originan el problema? ¿A quién se le atribuye la responsabilidad del problema?	
Evaluación o valoración	Presente (1) No presente (0)	¿Cuál es la valoración (positiva, negativa, neutra, buena, mala) o juicios emitidos con respecto al problema?	
Recomendación de tratamiento	Presente (1) No presente (0)	¿Cómo se propone una posible solución del problema? ¿Qué predicciones sobre el problema se generan?	

62

La segunda fase metodológica consiste en identificar los encuadres periodísticos genéricos o encuadres generales interpretativos, recurriendo a la tipología consolidada de Valkenburg, Semetko y de Vreese (1999), quienes distinguen cuatro tipos de *encuadres genéricos*: conflicto, interés humano, atribución de responsabilidad y consecuencias económicas. Esta fase de la propuesta también contempla la identificación de las ideas clave y las macroestructuras semánticas vinculadas con el tipo de encuadre utilizado.

En la primera y segunda fases de la investigación se adopta una postura epistemológica deductiva dado que se parte de definiciones *a priori* de los encuadres periodísticos. Para la tercera fase debemos partir de una perspectiva inductiva, debido a que serán los propios datos los que nos

TABLA 3
Identificación de encuadres periodísticos genéricos

SEGUNDA FASE USO DE ENCUADRES GENÉRICOS			
TIPOLOGÍA DE ENCUADRES	PRESENCIA DEL ENCUADRE	IDEA CLAVE VINCULADA CON EL TIPO DE ENCUADRE	MACROESTRUCTURA SEMÁNTICA O TEMA GENERAL
De conflicto	Presente (1) No presente (0)	Frase, enunciado, proposición o idea que ejemplifica este tipo de encuadre	¿Cuál es el tema general del ítem noticioso?
De interés humano	Presente (1) No presente (0)	Frase, enunciado, proposición o idea que ejemplifica este tipo de encuadre	
De atribución de responsabilidad	Presente (1) No presente (0)	Frase, enunciado, proposición o idea que ejemplifica este tipo de encuadre	
De consecuencias económicas	Presente (1) No presente (0)	Frase, enunciado, proposición o idea que ejemplifica este tipo de encuadre	

63

permitan caracterizar el encuadre específico que ha utilizado la prensa mexicana de referencia para informar sobre el fenómeno del narcotráfico. A pesar de carecer de referencias empíricas respecto a las características específicas de este tipo de encuadre, en principio compartimos la observación de María Elena Hernández y Frida Rodelo (2010), quienes distinguen dos fases o etapas particulares en la cobertura mediática del fenómeno del narcotráfico: primero, una de tipo nota roja; segundo, una de tipo cobertura de guerra. Estas son hipotéticamente algunas de las características particulares que el encuadre periodístico dio al fenómeno del narcotráfico, pero se espera que con la investigación afloren otras.

Para esta fase de la investigación se propone como categoría el análisis de las metáforas conceptuales utilizadas en el encuadre discursivo de las noticias sobre el narcotráfico. La metáfora es una estrategia que consiste

en explicar un término o idea particular con relación o identificación a otro proveniente de distinto campo semántico. El uso de metáforas permite la comprensión de una idea o concepto mediante asociaciones, analogías o diferencias con distintos fenómenos de la realidad. George Lakoff (2007) ha dedicado gran parte de su investigación al análisis de las metáforas en el lenguaje y sus efectos pragmáticos y cognitivos. En un estudio sobre el uso de la metáfora de la “guerra” del Golfo Pérsico, el autor demuestra cómo el gobierno y la prensa estadounidense pudieron convencer a sus ciudadanos de la operación militar en Irak, a pesar de las evidencias empíricas en su contra. En una reciente investigación, Gurova (2011) identifica las distintas concepciones metafóricas de la “guerra” en el discurso periodístico sobre la invasión a Irak.

El objetivo de la tercera fase de la investigación consiste en identificar el uso metafórico de la noción “guerra” en la cobertura del narcotráfico, básicamente contestando a la pregunta, ¿cómo se concibe, metafóricamente, la “guerra contra el narco” en el discurso periodístico? También se propone identificar las ideas clave que ejemplifiquen los distintos tipos de uso metafórico de la noción y el tema general de lo que trata el texto noticioso.

TABLA 4

Identificación del encuadre específico en la cobertura del narcotráfico

TERCERA FASE ENCUADRE ESPECÍFICO DE LA “GUERRA CONTRA EL NARCO”		
USO METAFÓRICO DEL TÉRMINO “GUERRA”	IDEA CLAVE VINCULADA CON EL TIPO DE METÁFORA	MACROESTRUCTURA SEMÁNTICA O TEMA GENERAL
¿Con relación a qué otros términos o ideas se relaciona la noción de “guerra” contra el narcotráfico?	Frase, enunciado, proposición o idea que ejemplifica este tipo de encuadre	¿Cuál es el tema general del ítem noticioso?

En síntesis, la propuesta metodológica para el estudio de los encuadres periodísticos en la cobertura del fenómeno del narcotráfico en la prensa mexicana de referencia presentada en este artículo propone tres fases en

la investigación. La primera corresponde a la identificación de los encuadres a partir de sus *funciones*, la segunda da cuenta de los encuadres utilizados de acuerdo a una *tipología* consolidada, y la tercera implica la inferencia de un *encuadre específico* a partir de la *metáfora* de la “guerra”. En su conjunto, las tres fases constituyen la matriz metodológica de la investigación.

DISEÑO DE LA MUESTRA DE ANÁLISIS

Respecto a la aplicación de la matriz metodológica, el primer paso es la selección de la muestra de análisis y sus unidades, el cual depende de los objetivos particulares de la investigación. En este caso la propuesta está orientada al análisis de los encuadres en la cobertura periodística del fenómeno del narcotráfico, enfocándonos en un medio de comunicación particular: la prensa de referencia.

Eva Salgado (2009, p. 91) considera que la construcción de un *corpus* confiable no debe ser un ejercicio aleatorio o improvisado, sino que presupone un proceso de reflexión y decisión que debe apoyarse en criterios firmes y fundamentados. En razón de los objetivos planteados en este documento, para una posible investigación de los encuadres periodísticos en la cobertura del narcotráfico, se proponen como criterios de selección de los rotativos los siguientes aspectos:

TABLA 5
Características básicas de la prensa de referencia

Amplia cobertura temática.
Penetración a nivel nacional.
Reconocida identificación de la línea editorial del medio informativo (conservador, progresista, crítico, de izquierda, de derecha, liberal, etcétera).
Reconocimiento de la importancia o relevancia del medio para la sociedad nacional.
Presencia en formatos digitales (internet, RSS, etcétera).
Importante tráfico en los portales de internet de los respectivos periódicos.

Estos criterios posibilitan dos dimensiones de análisis. Por un lado, se puede optar por la aplicación de la matriz metodológica a un único rotativo. Por el otro, se puede hacer una elección de varios periódicos que cumplan estas características, lo que posibilita la comparación de los resultados obtenidos de manera aislada o la interpretación de los datos generalizando los resultados a los diarios que componen la muestra.

66 Con respecto a la extensión temporal del *corpus* de análisis, en el caso del estudio de los encuadres específicos utilizados en la cobertura del fenómeno del narcotráfico, se propone el inicio de la estrategia federal de combate a la delincuencia organizada, denominada como la “Guerra contra el narcotráfico”, cuyo inicio formal se dio el 11 de diciembre de 2006 con la puesta en marcha del Operativo Conjunto Michoacán. La revisión exhaustiva de este periodo de tiempo necesita la aplicación de otro filtro que permita reducir la muestra sin afectar la detección de tendencias estructurales generalizadas en la cobertura del fenómeno del narcotráfico. Para ello se propone recurrir a la selección *a priori* de acontecimientos relevantes en la historia de la estrategia federal.

Los semanarios especializados como las revistas *Proceso*, *Reporte Índigo*, *Nexos* y *Zeta*, así como los reportajes especiales sobre la cronología de la “guerra contra el narco” nos proporcionan indicios sobre los acontecimientos “más relevantes” en este periodo de tiempo. Después de su revisión se detectaron los siguientes asuntos o temas importantes:

66 TABLA 6
Cronología de eventos relevantes en la “Guerra contra el narcotráfico”

CRONOLOGÍA DE LA “GUERRA CONTRA EL NARCOTRÁFICO”	
TEMPORALIDAD	ACONTECIMIENTOS RELEVANTES
Dic 2006 – Nov 2007	(a) Militarización del país: operativos conjuntos en Michoacán, Ciudad Juárez, Tijuana; la figura presidencial con uniforme militar. (b) Decomisos: 205.6 millones de dólares propiedad de Zhenli Ye Gon. (c) Extradiciones: 11 capos, entre ellos Osiel Cárdenas Guillén. (d) Narco-cumbre: el pacto entre los narcos.

Dic 2007 – Nov 2008	<ul style="list-style-type: none"> (e) Cooperación internacional: el gobierno de Estados Unidos promete ayuda por 1 400 millones de dólares para la lucha antidrogas; Iniciativa Mérida. (f) Detenciones 1: Alfredo Beltrán Leyva, Eduardo Arellano Félix. (g) La lucha por el territorio: <i>El Chapo</i> contra Beltrán Leyva y otros cárteles. (h) Los cárteles contra el gobierno: asesinato de elementos de la AFI, PFP y militares (Edgar Millán). (i) Las ejecuciones: más de 100 ejecutados en la semana del 3 al 9 de mayo, más de 200 asesinatos en la última semana de noviembre. (j) <i>Los Zetas</i>: el otro ejército. (k) Ciudad Juárez y Tijuana: las ciudades más violentas del país. (l) Operación Limpieza: la infiltración del narco en las instituciones de seguridad. (m) Las mujeres del narco: el caso de <i>La Reina del Pacífico</i>, <i>Miss Sinaloa</i>.
Dic 2008 – Nov 2009	<ul style="list-style-type: none"> (n) Las protestas contra la militarización: marchas en Monterrey. (o) La Familia Michoacana: el imperio de un cártel. (p) Funcionarios coludidos: operativo contra alcaldes y funcionarios de Michoacán. (q) Detenciones 2: Vicente Zambada Niebla, Vicente Carrillo Leyva, Arnoldo Rueda Medina, Sergio Villarreal Barragán. (r) Arturo Beltrán Leyva: el operativo en Cuernavaca. (s) Los jóvenes sicarios: el caso de <i>El Ponchis</i>.
Dic 2009 – Nov 2010	<ul style="list-style-type: none"> (t) Los migrantes: 72 cuerpos en San Fernando, Tamaulipas. (u) Las narcofosas: más de 190 cuerpos encontrados en San Fernando, Tamaulipas. (v) Narcoterrorismo: explosión de un coche-bomba en Ciudad Juárez, granadas lanzadas en Morelia durante el Grito de Independencia. (w) Violencia desbordada: la militarización de Juárez, las manifestaciones en Monterrey. (x) Daños colaterales: jóvenes estudiantes asesinados en Monterrey, familias asesinadas en retenes, asesinatos en Chihuahua. (y) La guerra de los cárteles contra <i>Los Zetas</i>. (z) Detenciones 3: Edgar Valdez Villarreal “La Barbie”.

Para la conformación del *corpus* de análisis se propone seleccionar al menos un reportaje o artículo a profundidad publicado en los periódicos de referencia de cada uno de los 26 acontecimientos “relevantes” detectados en la historia de la “Guerra contra el narcotráfico”. El reportaje o artículo a profundidad es un género periodístico que se caracteriza por

la narración de los sucesos o hechos desde una perspectiva analítica y contextualizada, producto de una investigación.

La cantidad de unidades de análisis que conformarán el *corpus* de la investigación también dependen de los objetivos de la misma. En nuestra opinión, dicho *corpus* debe ser lo suficientemente representativo de la cobertura informativa del fenómeno del narcotráfico para identificar tendencias estructurales y poder hacer generalizaciones en el uso de los encuadres periodísticos en la prensa de referencia, con base en los resultados obtenidos.

68

CONSIDERACIONES FINALES SOBRE LA PROPUESTA METODOLÓGICA PARA EL ANÁLISIS DE LOS ENCUADRES PERIODÍSTICOS

El principal objetivo del presente artículo ha sido presentar una metodología para el análisis de los encuadres periodísticos utilizados en la cobertura noticiosa del fenómeno del narcotráfico por parte de la prensa mexicana de referencia, así como la discusión conceptual de los postulados de la teoría del encuadre en los estudios de comunicación.

La propuesta metodológica expuesta tiene el objetivo de alimentar la reflexión y discusión en los lectores, en torno a las bondades de la teoría del encuadre en el análisis de la cobertura informativa. Queda pendiente su aplicación a los casos empíricos, lo cual se está realizando como parte de un proyecto de investigación del autor, cuyos resultados serán socializados en próximas publicaciones. A pesar de la deficiencia que ello pueda representar, consideramos que la propuesta metodológica ofertada en este documento es suficientemente coherente con relación a las referencias bibliográficas y propuestas metodológicas identificadas en las investigaciones sobre los encuadres periodísticos (ej. Norris, Kern y Just, 2003; Igartua, *et al.* (2006, 2007); Entman, 1993;; López, 2010). La ausencia de estudios similares para el caso de la cobertura del narcotráfico representó un arduo proceso de reflexión para la configuración de un método que sirva para este caso particular, mismo que no está exento de correcciones y críticas.

Como propuesta metodológica para el análisis de los encuadres periodísticos, se cumplirán nuestras expectativas y se justificará su elaboración si este escrito propicia el inicio de una serie de discusiones e investigaciones sobre el estudio de los encuadres en la investigación nacional en comunicación. El fenómeno del narcotráfico no es el único ni el más importante de los temas abordados por los medios informativos que merecen su análisis desde la perspectiva de los encuadres; para este caso partimos del supuesto de la utilización de un doble proceso de encuadramiento: el uso de tipologías de encuadre y la configuración de un encuadre específico. Que sea esta propuesta un incentivo para la consolidación de esta especialidad en los estudios mexicanos del campo de la comunicación.

69

BIBLIOGRAFÍA

- Abundis, F. (2007). Los medios de comunicación en México. *Revista AMAI*, 13, 42-45.
- Bryant, J. y Miron, D. (2004). Theory and Research in Mass Communication. *Journal of Communication*, 54(4), 662-704.
- Castells, M. (2010). *Comunicación y Poder*. Madrid: Alianza.
- Chihu, A. (2005). El “análisis de los marcos” en el discurso de los candidatos a jefe de gobierno en el Distrito Federal en 1997. *Comunicación y Sociedad*, 4, 67-91.
- (2006a). El discurso del EZNL desde la perspectiva del *frame analysis*. *El Cotidiano*, 21(137), 62-73.
- (2006b). El “análisis de los marcos” en el discurso de Bush (septiembre 11 de 2001). *Comunicación y Sociedad*, 6, 159-181.
- y López, A. (2004). El “análisis de los marcos” en la obra de William Gamson. *Estudios sociológicos*, 22(65), 435-460.
- Chong, D. y Druckman, J. N. (2007). Framing Theory. *Annual Review of Political Science*, 10, 103-126.
- Consulta Mitofsky (2010). Confianza en las instituciones. Recuperado de [<http://bit.ly/LspJKT>], fecha de consulta: 6 de noviembre de 2010.
- De Vreese, C. H. (2005). News framing: Theory and typology. *Information Design Journal + Document Design*, 13(1), 51-62.

- Entman, R. (1993). Framing: toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58.
- (2010). Media framing biases and political power: Explaining slant in news of Campaign 2008. *Journalism*, 11(4), 389-408.
- Gans, H. J. (2004) [1979]. *Deciding what's news. A study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Time*. Evanston, IL: Northwestern University Press.
- Gomis, L. (1991). *Teoría del periodismo. Cómo se forma el presente*. Barcelona: Paidós.
- Gurova, N. (2011). *La narración política en la prensa angloparlante*. La Habana: Instituto de Literatura y Lingüística.
- Hernández, M. E. (2010). *El periodismo mexicano en estado de emergencia: hacia el debate necesario*. Guadalajara: Sin Publicar.
- 70 — y Rodelo, F. V. (2010). Dilemas del periodismo mexicano en la cobertura de “la guerra contra el narcotráfico”: ¿periodismo de guerra o de nota roja? En Z. Rodríguez (Coord.), *Entretejidos comunicacionales. Aproximaciones a objetos y campos de la comunicación*. Guadalajara: CUCSH, Universidad de Guadalajara.
- Igartua, J. J. y Muñiz, C. (2004). Encuadres noticiosos e inmigración. Un análisis de contenido de la prensa y la televisión española. *ZER, Revista de estudios de comunicación*, 9(16), 87-104.
- Igartua, J. J., Muñiz, C. y Otero, J. A. (2006). El tratamiento informativo de la inmigración en la prensa y la televisión española. Una aproximación empírica desde la Teoría del *framing*. *Global Media Journal*, 3(5). Recuperado de [<http://bit.ly/K0PtPy>].
- Igartua, J. J., Muñiz, C., Otero, J. A. y De la Fuente, M. (2007). El tratamiento informativo de la inmigración en los medios de comunicación españoles. Un análisis de contenido desde la Teoría del *Framing*. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 13, 91-110.
- Iyengar, S. y Simon, A. (1993). News Coverage of the Gulf Crisis and Public Opinion: A Study of Agenda-Setting, Priming, and Framing. *Communication Research*, 20(3), 365-383.
- Jiménez, S. J., González, M. y Velez, J. (2010). Va el Ejército contra el narco en Michoacán, *ElUniversal.com.mx*. Recuperado de [<http://bit.ly/LsuJ28>].
- Lakoff, G. (2007). *No pienses en un elefante. Lenguaje y debate político*. Madrid: Complutense.

- y Johnson, M. (1995). *Metáforas de la vida cotidiana*. Madrid: Cátedra.
- Lecaros, M. J. (2011). Contenido y conclusiones de la Comisión Hutchins. *Infoamérica.org*. Recuperado de [<http://bit.ly/JGBFuk>], fecha de consulta: 25 de agosto de 2011.
- Lippmann, W. (1922). Public Opinion. Recuperado de [<http://bit.ly/KObafN>], fecha de consulta: 2 de octubre de 2010.
- López, P. (2010). Nuevas vías para el estudio del *framing* periodístico. La noción de estrategia de encuadre. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 16, 235-258.
- McCombs, M. (1996). Influencia de las noticias sobre nuestras imágenes del mundo. En J. Bryant y D. Zillmann (Comps.), *Los efectos de los medios de comunicación: investigaciones y teorías*. Barcelona: Paidós.
- (2010). The Agenda-Setting Role of the Mass Media in the Shaping of Public Opinion. Recuperado de [<http://bit.ly/LJaUi>], fecha de consulta: 25 de febrero de 2011.
- y Evatt, D. (1995). Los temas y los aspectos: explorando una nueva dimensión de la *agenda setting*. *Comunicación y Sociedad*, 8(1), 7-32.
- Muñiz, C. (2011). “Encuadres noticiosos sobre la migración en la prensa digital mexicana. Un análisis de contenido exploratorio desde la Teoría del *Framing*. *Convergencia. Revista de Ciencias Sociales*, 18(55), 213-239.
- , Igartua, J. J., De La Fuente, J. M. y Otero, J. A. (2009). Narrando la inmigración: análisis del tratamiento informativo y evaluación de los efectos de las noticias en España. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 51(207), 117-135.
- Norris, P., Kern, M. y Just, M. (2003). Framing terrorist. En *Framing terrorism. The news media, the government an the public*. Nueva York/Londres: Routledge.
- Reese, S. (2001). Prologue. Framing public life. A bridging model for media research. En S. Reese, O. Gandy y A. Grant (Eds.), *Framing Public Life: Perspectives on media and our understanding of the social world*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- (2007). The framing project: a bridging model for media research revisited. *Journal of Communication*, 57, 148-154.
- Sabre, M. E. (2011). El encuadre como factor de eficacia persuasiva en los mensajes de las ONG destinadas a recaudar dinero. *Global Media Journal*, 8(15), 17-41.

- Sádaba, T. (2001). Origen, aplicación y límites de la “teoría del encuadre” (*framing*) en comunicación. *Comunicación y sociedad*, 14(2), 143-175.
- (2007). *Framing: el encuadre de las noticias. El binomio terrorismo-medios*. Buenos Aires: La Crujía.
- Salgado, E. (2009). *¿Qué dicen los periódicos? Reflexiones y propuestas para el análisis de la prensa escrita*. México: Publicaciones de la Casa Chata.
- Scheufele, D. A. (1999). Framing as a Theory of Media Effects. *Journal of Communication*, 49(1), 103-122.
- Sorribas, P. M. y Brussino, S. A. (2011). “Mediaciones que visibilizan la conflictividad y la acción colectiva de los asalariados. Un abordaje cuantitativo y cualitativo desde el *framing*”. En *Global Media Journal*, 8(15), 66-97.
- Tankard, J. W. (2001). The Empirical Approach to the Study of Media Framing. En S. Reese, O. Gandy y A. Grant (Eds.), *Framing Public Life: Perspectives on media and our understanding of the social world*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Tuchmann, G. (1983). *La producción de la noticia. Estudio sobre la construcción de la realidad*. México: Gustavo Gili.
- Valkenburg, P. M., Semetko, H. A. y De Vreese, C. H. (1999). The effects of news frames on readers’ thoughts and recall. *Communication Research*, 26(5), 550-569.
- Van Dijk, T. (1990). *La noticia como discurso*. Barcelona: Paidós.
- (2003). “La multidisciplinariedad del análisis crítico del discurso: un alegato en favor de la diversidad”. En R. Wodak y M. Meyer, *Métodos de análisis crítico del discurso*. Barcelona: Gedisa.
- Velázquez, J. M. (2011). *Ausencias y emergencias de lo público/ciudadano en noticieros televisivos y movimientos sociales. Un acercamiento desde la perspectiva del “communicative framing”*. Tesis doctoral, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente, Guadalajara.
- Vicente, M. y López, P. (2009). Resultados actuales de la investigación sobre *framing*: sólido avance internacional y arranque de la especialidad en España. *Zer. Revista de estudios de comunicación*, 14(26), 13-34.
- Weaver, D. H. (2007). Thoughts on Agenda Setting, Framing and Priming. *Journal of Communication*, 57, 42-147.
- Zamora, R. y Marín, J. A. (2010). La representación simbólica del escándalo político. Hacia una tipología de los marcos periodísticos (*frames*) utilizados en la narración del escándalo de corrupción política. *Razón y Palabra*, 15(73). Recuperado de [<http://bit.ly/KvoIzR>].

Glenn Beck: falsedades de alto *rating*. Una visión desde John B. Thompson

Raquel Saed Grego

RESUMEN

Este trabajo hace un análisis del discurso y representaciones sociales de Glenn Beck, un comunicador conservador que trabajó para Fox News Channel, a partir de lo que plantea John B. Thompson sobre la Hermenéutica Profunda y el significado de las *doxas*. Se hace una descripción sobre este comunicador y su relevancia en el ámbito de los medios e influencia en la opinión pública. También se desglosa la postura de Thompson como marco teórico y se hace el análisis con este conjunto de planteamientos.

Palabras clave: Beck, Fox News, Representaciones sociales, Doxas, Thompson.

ABSTRACT

This work is an analysis of Glenn Beck's discourse and his social representations with John B. Thompson concepts about Depth Hermeneutics and the significance of the *doxa*. Beck is a conservative communicator that worked for Fox News Channel and there is a description of his relevance in the media and his influence in public opinion. There is also a depiction of Thompson concepts and theory, as well as the analysis with his ideas.

Keywords: Beck, Fox News, Social representations, Doxa, Thompson.

En el espectro de la televisión por cable se ha estado dando un reflejo de la polarización que existe en la política de Estados Unidos.

Desde que se creó CNN en 1980 como un canal que transmite noticias las 24 horas del día, el modelo se ha ido copiando. En 1996, dos grandes

canales de cablevisión surgieron: MSNBC y Fox News. El primero a partir de una sociedad de NBC con Microsoft Corporation y el segundo creado por News Corporation del magnate mediático Rupert Murdoch.

Murdoch de inmediato contrató a un comunicador comprometido con el Partido Republicano, Roger Ailes, para dirigir Fox News Channel, con la intención de darle una voz particular a la ideología conservadora, por lo que tiene estridentes comentaristas de derecha. Mientras tanto, MSNBC ha tratado de mostrar que da cabida a voces de los dos espectros ideológicos con participantes conservadores, pero sus principales conductores y comentaristas son ideológicamente de izquierda.

74

Fox News se ha definido por emitir juicios y opiniones en un solo sentido y a partir de una sola plataforma que lo identifica indudablemente con la derecha ideológica. Entre sus comentaristas más destacados están Bill O'Reilly, Sean Hannity y, de enero de 2009 a junio de 2011, Glenn Beck.

GLENN BECK

El personaje en cuestión es un comunicador que inició su carrera en la radio desde que terminó *high school*, primero en Utah y más adelante en Washington, DC, sin una educación formal superior original. Más adelante tomó un curso de teología en Yale, del cual dimitió al poco tiempo, sin embargo lo encaminó en lo que él llama una “búsqueda espiritual”.

Hoy en día tiene una emisión radiofónica sindicada, “Glenn Beck Program” que se transmite en todas las ciudades de Estados Unidos a través de una cadena radial. En televisión comenzó su carrera en la rama *Headline News* de CNN con su programa “Glenn Beck” del cual salió en 2008. En 2009, al entrar a Fox News Channel, siguió con la emisión en un formato actualizado por dos años y medio. Beck es fundador de “Mercury Radio Arts”, una plataforma de radio que produce y transmite su programa radial para distribuirlo a todo el país.

Ha escrito seis libros que han estado en los primeros lugares de venta en Estados Unidos. Su religión de origen fue católica, aunque más ade-

lante se convirtió a la religión mormona de la cual es un devoto. Es un alcohólico y drogadicto rehabilitado, situación que no esconde, sino que utiliza en sus programas para predicar ideas conservadoras, además de impartir conferencias sobre el tema en diferentes foros y universidades.

Se considera a sí mismo conservador con tendencias libertarias, pero tiene posiciones muy claras con respecto al aborto, del que está en contra y de la pena de muerte de la que está a favor, lo mismo que el derecho a portar armas. Desde que trabajaba en CNN se ha declarado en contra de la migración indocumentada, con expresiones consistentes e inflamatorias.

Es defensor de la economía de mercado y duda de las posturas sobre el calentamiento global, por lo que está en contra del Protocolo de Kyoto. También afirma que el hombre fue creado dentro de una idea de “diseño inteligente” y que el mundo está en equilibrio proporcionado por el creador, con lo que deshecha las premisas de evolución. Además, en la búsqueda de un enemigo común, se ha dedicado a construir y reforzar el estereotipo del musulmán como terrorista.

Crítico acérrimo de las ideas socialistas y de izquierda, se ha enfocado en sus programas a encasillar a cualquier personaje público con el que no esté de acuerdo en ideas de otredad, considerando a la izquierda como el enemigo más importante de la libertad y de la democracia norteamericana. Considera que la religiosidad debe estar plasmada en la construcción y reconstrucción de la patria y que ésta solamente puede pertenecer a los verdaderos “patriotas”.

Tiene otros discursos en contra de la política liberal (entendida en el sentido de los estadounidenses), que ahora ha cambiado su terminología por “progresista”, diciendo que es una enfermedad que quiere destruir la Constitución y privar de los derechos a los ciudadanos norteamericanos.

Beck realiza varias giras de presentaciones al año por todo Estados Unidos. Sin embargo, el 28 de agosto de 2010 organizó un mitin multitudinario que se llevó a cabo en Washington, DC, en el monumento a Lincoln, llamado “Restoring Honor”. Tanto el lugar como la fecha coincidían con el mitin en el que Martin Luther King emitió su famoso

discurso “I have a dream” en 1963. Cuando se le preguntó si era una forma de protesta contra las ideas de King, él contestó que realmente era una coincidencia. Sin embargo generó protestas de parte de los líderes defensores de los derechos civiles.

La asistencia al mitin, según el propio Fox News Channel, fue de “cientos de miles”. Beck declaró después, en entrevistas, que “sabe que tiene una misión de Dios para salvar” al país. Que su “movimiento” se puede catalogar como el de los derechos civiles de la década de 1960, que su intención no era política, sin embargo tenía como oradora a la excandidata a la Vicepresidencia Sara Palin y a otras figuras políticas. Su movimiento atrajo a algunos grupos que, incluso, llegaban vestidos a la usanza de los estados confederados durante la Guerra Civil.

76

PROGRAMA “GLENN BECK”

Durante el primer semestre de 2010, su programa de televisión fue el de más alto *rating* entre los programas de comentario político. Su compañía de radio, en conjunto con su salario en Fox News y su página de internet, le dejaban una ganancia anual de 23 millones de dólares, sin contar sus publicaciones y *websites* de paga.

A pesar del alto *rating* en televisión, 200 compañías se unieron para boicotear su programa debido a un comentario en julio de 2009 cuando dijo que el presidente Barack Obama era un racista contra los blancos. El boicot no mermó mucho sus ganancias ya que después el espacio publicitario lo ocuparon compañías menores o algunas donde él tiene intereses, como la compra-venta de oro.

Durante su programa, Beck elaboraba y emitía mensajes que lo mostraban muy cerca de las ideas de la audiencia que lo recibe. Utilizaba elementos muy familiares y básicos como pizarrones negros con gises de escuela, bastones para señalar, cartulinas en las que dibujaba y después rasgaba, “stickers” con símbolos como esvásticas, la hoz y el martillo, fotografías de personajes que considera enemigos e incluso, títeres y marionetas en un montaje de teatro para niños.

Beck manejaba su discurso acompañado por movimientos de conversación coloquial, como colocar sus manos en los bolsillos, quitarse y ponerse los lentes, levantar los hombros, un tono tranquilo pero firme. Además de los elementos propios del discurso gestual y escrito que emitía con los diferentes dispositivos que había en el set, también hacía uso de los mecanismos del propio medio, como el uso constante de *close-ups*, al grado de quedar en toda la pantalla uno solo de sus ojos para, en muchas ocasiones, enfocar una lágrima.

Elaboraba una suerte de “deconstrucción” de algún personaje o institución en particular, llevando al receptor por un proceso deductivo, donde todo lo que decía Beck parecía tener perfecta lógica. Utilizaba de manera sistemática inexactitudes, construcciones y falsedades comprobadas que, incluso siendo denunciadas por las instancias indicadas, para el programa y sus espectadores seguían siendo verdades porque aparentaban “tener sentido”.

Él mismo siempre reconoce que no es periodista, sino un “ciudadano común que está harto”. Se declara un patriota que rechaza la intervención del gobierno en los asuntos económicos. Sus ataques principales han sido contra el presidente Obama y el Partido Demócrata. En las últimas emisiones también atacaba a los contribuyentes de la causa de la izquierda, construyendo conceptos para denostarlos.

Ha apoyado al nuevo movimiento ciudadano “Tea Party”, que surgió como un grupo de personas que no querían la intervención del Estado en la economía por las condiciones en que ésta se encuentra. Ahora ese grupo se convirtió en una red que aglomera a individuos conservadores y ultraconservadores, no sólo en lo económico, sino en lo social y lo cultural. Para Beck, este movimiento puede ser la “salvación” de Estados Unidos.

En su programa había dicho que las universidades no contribuyen a construir una moral social, ya que solamente adoctrinan a los estudiantes con ideas socialistas, por lo que él propone la Universidad Glenn Beck. Decía y sigue asegurando que él no necesitó asistir a la universidad para que lo que pasa en el país tuviera sentido. Asegura que lo que se enseña en las universidades son falsedades y maquinaciones para crear falsas

conciencias. Su universidad es un programa en línea donde se dan cursos tales como: fe, esperanza y caridad, además de cursos de economía y de historia estadounidense. Algunos son impartidos por religiosos evangélicos y economistas de derecha.

La manera que tenía para presentarse era la imagen de un predicador, comediante, actor, propagandista, que trata de dar sentido a las preocupaciones de la audiencia. Uno de sus libros se llama *Common sense* (Sentido común), cuyo título y desarrollo permitirían a la gente reaccionar contra lo que no tenga sentido y hacerlo a través de los sentimientos más básicos, a los cuales él trata de dar una explicación deductiva.

78

Aunque no contaba con el patrocinio de las grandes compañías, Fox News lo seguía conservando en el horario estelar, ya que lo que dice servía como propaganda para el propio canal, además de que los anunciantes podían seguir participando en otros programas de la emisora.

Glenn Beck dejó de ser parte de la programación regular de Fox News Channel desde junio de 2011, para formar su propia emisora por internet, llamada GBTV que comenzó a transmitir en septiembre del mismo año. El argumento de salida fue que el programa había dejado de ser un “show”, para convertirse en un movimiento ciudadano y requería de otra plataforma más cercana a su audiencia.

Para Fox News, Glenn Beck y los otros comentaristas incendiarios conservadores como Bill O’Reilly y Sean Hannity, son la verdadera cara de la ideología de la televisora. Para transmitir su ideología utilizan falsedades que parecen verdades ante una audiencia poco educada, con lo que apoyan al Partido Republicano (conservador) y descalifican al Partido Demócrata (liberal). La ideología conservadora tiene en Fox News a una institución aliada a su causa política y Glenn Beck llegó a ser su principal vocero.

LA HERMENÉUTICA PROFUNDA DE LAS FORMAS SIMBÓLICAS

Considerando que las representaciones que hace Glenn Beck, tanto en su programa televisivo, como en el de radio y en sus presentaciones públicas

como el “rally” en Washington, son formas simbólicas que quieren decir algo y por lo tanto son sujetas a una interpretación, utilizo la metodología de la interpretación de John B. Thompson que propone en su libro *Ideología y Cultura Moderna* (1998).

Thompson dice que la interpretación de las formas simbólicas debe llevarse a cabo a través de una hermenéutica profunda, la cual debe tomar en cuenta, no solamente la forma y contenido del discurso en sí, sino también las *doxas* y el mundo socio-histórico donde se produce. Para Thompson, las *doxas* son el conjunto de creencias, opiniones, valores y juicios que comparten los integrantes de un “mundo social”.

Este autor nos dice que la hermenéutica profunda se realiza en tres pasos: el análisis socio-histórico, el análisis formal o discursivo y la interpretación/reinterpretación. En el primer paso, toma en cuenta el espacio temporal en que se producen las formas simbólicas, los campos de interacción social con sus propios recursos y reglas, las instituciones sociales que pudieran intervenir y los medios técnicos de transmisión, donde las formas simbólicas toman formas específicas que requieren de una codificación y decodificación.

Las formas simbólicas se elaboran dentro de la lógica de la producción, la circulación y la recepción. A través de todo ese proceso, es necesaria la utilización de reglas y recursos propios de cada una de las etapas. La producción está orientada a la circulación y recepción del mensaje por parte de un tipo particular de receptor. La circulación requiere la utilización de medios técnicos que generalmente son parte de instituciones diversas. La recepción se da en un contexto socio-histórico particular en el que los receptores tienen reglas y recursos para su decodificación.

El análisis formal o discursivo es donde se reconoce que las formas simbólicas dicen “algo de algo” con estructuras discursivas y relaciones estructurales. Thompson propone cinco tipos de análisis. En primer lugar está el análisis semiótico, que plantea las relaciones estructurales entre los elementos de la propia forma simbólica, así como entre ésta y un sistema más amplio. En segundo lugar el análisis discursivo, que toma en cuenta la suma de las oraciones como una unidad lingüística ordenada.

El tercer análisis es el sintáctico, que se enfoca en la propia gramática y sintaxis que corresponde con el lenguaje del propio mundo social donde se produce. El cuarto se refiere a la estructura narrativa, pensando en la estructura de un relato que cuenta una historia. Finalmente está el análisis argumentativo, que considera al discurso como cadenas de razonamientos que llevan de un tema a otro con una intención persuasiva e implícita.

80 La interpretación/reinterpretación plantea la idea de que el campo de interpretación está ya preinterpretado por sus integrantes, lo cual hace que el campo-objeto se transforme en campo-sujeto. Esta preinterpretación da forma a las *doxas* por ser una hermenéutica de la vida diaria del conjunto de los individuos que pertenecen a ese mundo social. Thompson previene ante el posible conflicto que se puede dar entre la interpretación de los sujetos y los resultados de la hermenéutica profunda, por ser diferentes.

Thompson también introduce un elemento más que es el de la ideología, donde la construcción de las formas simbólicas está directamente relacionado con la creación de significados que sirvan para establecer y sostener las relaciones de dominación. Para el planteamiento del análisis de la ideología sigue los tres pasos. En el análisis socio-histórico piensa en las formas asimétricas y características duraderas de un mundo social donde se elaboran las formas simbólicas. En el análisis formal o discursivo se centra en observar las estructuras discursivas donde están implícitas las relaciones de poder. Para interpretar la ideología, habla de la vinculación entre las formas simbólicas y las relaciones de dominación, tomando en cuenta el contexto socio-histórico.

Para el análisis de la comunicación de masas, Thompson propone un enfoque tripartito donde se parte de la idea de que la comunicación es en un solo sentido, es decir, no hay respuesta de los receptores. Para ello plantea que hay tres campos-objeto: la producción y difusión de las formas simbólicas dentro de lógicas y recursos institucionales; la elaboración del mensaje como construcción simbólica compleja con estructura articulada; la recepción y apropiación del mensaje mediático en un contexto socio-histórico particular con recursos de la vida diaria.

En la primera instancia plantea un análisis socio-histórico y etnográfico de las instituciones donde se producen los mensajes de los medios. Requiere interpretar la comprensión que los individuos que los elaboran tienen de su entorno, que serían las *doxas*, así como las reglas y suposiciones que generan. De ahí los que elaboran los mensajes estarían utilizando esas reglas y suposiciones surgidas de ese propio entorno socio-histórico para producir los mensajes mediáticos.

En la segunda, estaría haciendo un análisis de la construcción del mensaje mediático, es decir, un análisis formal o discursivo. La estructura del análisis corresponde con la lógica y los recursos de los medios. La utilización de diferentes formas, técnicas y procedimientos que sirven como recursos particulares para la construcción de discursos articulados que emiten una mayor cantidad de significados.

81

Por último, la recepción y apropiación supone de nuevo un análisis socio-histórico y etnográfico del espacio social para determinar las circunstancias específicas en que los individuos reciben los mensajes mediáticos. La forma en que reciben y perciben los mensajes y su comprensión de acuerdo a sus creencias particulares de ese momento específico. En este caso el análisis de las *doxas* se repite para la interpretación del espacio del receptor.

Para analizar la apropiación de los productos mediáticos se toman en cuenta las formas de apropiación, los contextos socio-históricos, el interés en la recepción, los significados que le da el receptor, la discusión del mensaje y las formas de interacción que se establecen por la apropiación. Thompson dice que la apropiación es el proceso de hacer “de uno” algo ajeno o nuevo. Al recibir los mensajes mediáticos, los individuos los incorporan a sus vidas, los comprenden y valoran.

Finalmente Thompson habla de la interpretación, autorreflexión y crítica de la ideología. Plantea que hay una transformación interpretativa de las *doxas* debido a que puede suceder que los individuos que preinterpretan su mundo social no coincidan con los análisis de la hermenéutica profunda. Principalmente que no estén de acuerdo en los conceptos de las relaciones de dominación.

La interpretación profunda puede transformarse en una intervención potencial por cambiar la comprensión que los individuos tienen de su vida cotidiana. Pero la interpretación de la ideología está en posibilidad de transformar la interpretación de las *doxas*.

GLENN BECK Y SUS FORMAS SIMBÓLICAS

Para entender el impacto que tiene el discurso de Glenn Beck de acuerdo con la hermenéutica profunda, es necesario tomar en cuenta la interpretación de las *doxas* de los individuos que se apropian sus mensajes, así como el espacio socio-histórico en que se producen.

82

Con las *doxas* del mundo social en que se produce este conjunto de símbolos y significados, nos referimos al contexto social en que operan los televidentes de Fox News Channel, pero principalmente quienes lo eran del programa de Glenn Beck. Estos individuos son principalmente seguidores de la ideología de derecha, aunque también una gran parte de esos receptores no saben que tienen una ideología en sí, sino que la adquieren por sus hábitos de consumo televisivo.

Para definir a receptores que se identifican con la ideología de derecha en la sociedad estadounidense actual, se podría decir que, en lo económico, tienen preferencia por la economía de mercado, donde la intervención del Estado sea mínima. En lo social y cultural están en contra del aborto, a favor de mayor intervención religiosa en la educación, en contra de los derechos de los homosexuales, entre otras posturas. En lo político están a favor de una mayor intervención militar en el mundo, a favor del derecho a portar armas en público, a favor de la pena de muerte y en contra de políticas ambientales, entre otros temas.

A partir de 2008, cuando Barack Obama ganó las elecciones presidenciales, colocándolo como el primer presidente de raza negra en Estados Unidos, además de haber derrotado mayoritariamente al ala derecha del espectro político representada por el Partido Republicano y en particular por las políticas del presidente George W. Bush, comenzó la lucha ideológica en los medios de comunicación. En este contexto

socio-histórico, junto con la impotencia de Barack Obama de recuperar al país del rezago económico, es que se producen los discursos que cobran sentido al ser interpretados de manera integral.

La cadena Fox News es reconocida por tener un discurso de derecha que, en los tiempos en que existe un gobierno de centro izquierda, se puede considerar reaccionario. Es importante hacer notar que la situación económica en que se encuentra Estados Unidos, que provino de la crisis previa a la toma de posesión de gobierno de Obama y que no se ha recuperado, ha generado disgustos y sensación de desesperanza, por lo que se han dado desplazamientos en las preferencias políticas. Muchos de estos desplazamientos han sido influenciados por el debate en los medios.

83

Los individuos tienen una concepción básica de su vida diaria donde lo más importante para ellos es tener o conservar su empleo. Los índices económicos que los medios retratan, pueden no tener un mensaje que sea significativo en la realidad, sin embargo tienen uno interpretativo de que no hay un avance en la economía. Lo importante para ellos no es realmente el debate sobre temas sobre el aborto o el derecho a portar armas, sino la posibilidad de que decaiga su economía familiar y personal.

En este sentido se puede considerar que las *doxas* de una parte de la sociedad estadounidense en este momento socio-histórico, es esta sensación de inestabilidad económica. Sin embargo también está otra parte de esa sociedad que siente que, a pesar de este momento económico, siguen sintiendo que el problema económico proviene de antes del gobierno de Obama y que es importante seguir apoyándolo para no volver a caer en la retórica de la guerra y el consumismo que llevó al caos al país. Prefieren recordar los valores por los que lo eligieron.

Comenzando por interpretar el conjunto de mensajes que emite el canal Fox News y Glenn Beck en particular, podemos observar que el análisis argumentativo aplicaría para comprender la elaboración de su discurso. Los mensajes que emite son una cadena de razonamientos falsos que conducen de un tema a otro para tratar de persuadir a los televidentes

de la necesidad de reprobar a Obama. Constantemente emite patrones de inferencia para convencer, incluso con premisas absurdas y falsas.

Para la sociedad estadounidense hay algunos temas que son parte de sus *doxas*, resultado de parteaguas históricos. Tales son los casos del nazismo y el comunismo. El primero, como la peor de las formas de gobierno y sociedad, tanto por el racismo, como por el aniquilamiento de millones de personas por odio. El segundo, como forma de gobierno que fue considerada opuesta a los valores estadounidenses, además de haberse erigido en la ideología enemiga, tanto de facto como en el imaginario colectivo.

84

Cuando se analiza el fondo de estas dos ideologías, cada una se coloca en los extremos del espectro del pensamiento político. La primera como una ultraderecha que llega a ser consumada y finalmente derrotada y denostada mundialmente; la segunda como propuesta de extrema izquierda que por más de 70 años se erige como forma de gobierno hasta su derrota al final de la década de 1980.

El personaje de nuestro análisis coloca al gobierno de Obama como uno que trata de imponer las dos. Es decir, utiliza los peores temores de la sociedad norteamericana y se los adjudica al presidente de una manera absurda que, sin embargo, sus receptores no ven así debido a la situación socio-histórica en que se encuentran, la cual ha contribuido a una reinterpretación de sus *doxas*.

La economía es el motor para convencer a la audiencia que lo sigue, sin embargo, Beck ha introducido otros símbolos en su discurso. Ha colaborado en la elaboración de las falsedades sobre Obama que, a pesar de haber sido totalmente comprobadas, siguen siendo parte de la narrativa general de la retórica de la derecha. Las dos construcciones falsas más importantes son: que es musulmán y que no nació en Estados Unidos.

Con respecto a la primera falsedad los argumentos de Beck retratan la imagen de Obama como musulmán que, en el pensamiento estadounidense después del 11 de septiembre de 2001, puede ser el peor enemigo de la nación y razón de miedo. Partiendo de que esta creencia ya es parte de la preinterpretación social, tener a un presidente musulmán

sería como tener al enemigo decidiendo por ellos. El concepto del Islam cambió a raíz de los atentados y no se ha podido establecer un deslinde interpretativo entre terroristas y musulmanes.

En cuanto a la segunda, se trata de un asunto constitucional que también es parte de una elaboración en las creencias de la sociedad. Si el presidente no hubiera nacido en Estados Unidos, no podría ser presidente porque así lo exige la constitución. En el discurso de Beck es constante la idea de que a los estadounidenses se les está violando la constitución. Esta instancia es uno de los mayores orgullos de ese país.

Otras cadenas discursivas incluyen ideas de los derechos humanos que han sido defendidas por la derecha principalmente, tales como el derecho a portar armas o la idea del libre mercado. En cuanto a la primera, Beck ha incitado a sus televidentes a asistir a mítines donde pudiera estar el presidente, portando armas, exponiéndolas a la vista de todos de manera desafiante. En su programa ha dicho que Obama trata de degradar los derechos civiles de la ciudadanía. Es otra falsedad, ya que a nadie se ha detenido por hacerlo, a pesar de estar el servicio de protección que requiere un presidente. El discurso trata sobre los valores adquiridos por los ciudadanos a lo largo de su historia, para lo cual coloca como enemigo a Obama.

El otro ejemplo es el del sistema de salud que, finalmente, la administración logró que se aprobara en el Congreso a mediados de 2010. No obstante ser un sistema que beneficiará a los individuos, la retórica de Beck y de todos los medios de derecha es que Obama quiere socializar al país. En este caso se trata de situaciones más de carácter político debido a que intervienen los intereses de las grandes compañías de seguros que son las principales afectadas. La forma de exponer la situación es que Obama quiere crear unos comités de muerte los cuales van a determinar quién debe morir para que no siga costando al gobierno.

En cuanto al análisis de la construcción del mensaje discursivo dentro de los medios técnicos, encontramos que la producción del programa utiliza recursos y elementos particulares de su medio, tales como los acercamientos de cámara, el intercambio de planos, la “voz en *off*”, sin

intervención de cortinillas. Todos estos elementos le otorgan un carácter dramático que contribuye, paradójicamente, a tener un mayor impacto de persuasión.

En otros programas ha utilizado mecanismos y recursos para explicar temas a niños. Literalmente monta un escenario con títeres y marionetas que, en cierto sentido, intenta dar el significado de que una mano suprema y poderosa maneja los destinos de los ciudadanos inocentes. Sin embargo, analizando la ideología, Beck estaba hablando de un contribuyente a las ideas de izquierda, George Soros, y lo acusaba de ser la mano que maneja a los títeres de la política, incluyendo al presidente.

86

En el sentido de sostener las relaciones de dominación por medio de la ideología, Beck está usando esa postura a su favor, cuando en sentido estricto, el significado es el de calumniar y denostar al personaje que, en el discurso de Beck, con sus apoyos puede contribuir a “desmoronar a la sociedad, ya que su finalidad es la de apoderarse del mundo”. Este discurso coincide con el que se creó en el siglo XIX sobre el texto de los “Protocolos de los Sabios de Sión”, conocidos por estar plagados de mentiras.

En este análisis ideológico, Beck está tomando elementos tan antiguos y comprobadamente falsos que pareciera que los receptores los hubiesen olvidado o simplemente no los conocieran. La idea de un solo individuo que quiere ser el apoderado del mundo y sus destinos es tan básica que alude a los programas infantiles contruidos a través de constancia en las mentes de los niños y que, ya como adultos, esos receptores los vieran cargados de sentido a pesar de ser absurdos.

Con respecto al mitin que organizó en Washington en agosto de 2010, aunque fue convocado por él mismo como personaje individual, fue apoyado por el canal Fox News de televisión. La idea del discurso comienza con el título “Restoring Honor Rally”, como si el nuevo gobierno de Obama hubiera producido una pérdida del honor. Pero la convocatoria también tenía una meta política y económica, la de juntar fondos para una organización de apoyo a las campañas republicanas para la elección de medio término en noviembre de 2010.

El contexto en que se dio fue bajo el monumento a Lincoln, presidente cuyo principal objetivo fue abolir la esclavitud durante la Guerra Civil. Entre los seguidores de Beck y, en general del discurso de derecha, no hay una cantidad representativa de ciudadanos de raza negra, lo que en esos ámbitos se consideró una falta de respeto por el simbolismo que tiene esa figura.

Pero principalmente porque ocurrió en el mismo lugar en el que Martin Luther King pronunció su discurso “I have a dream”, donde proponía la posibilidad de que los ciudadanos negros pudieran tener acceso a las altas esferas de la sociedad estadounidense, incluyendo la política.

Para ese “rally”, que duró unas tres horas, Beck convocó a dos figuras clave para avalar su discurso. Por un lado Sarah Palin, ex candidata a la Vicepresidencia por el Partido Republicano y cuyo carisma y sentido de convicción en lo que dice ha persuadido a muchos ciudadanos con su discurso. Por el otro a Alveda King (sobrina de Martin Luther King) quien, sin embargo, no coincide en casi nada con las ideas de su tío o las de la plataforma de izquierda. King es una activista ultra religiosa que se pronuncia en contra del aborto y considera la homosexualidad como una aberración.

Beck la “utilizó” como un símbolo de unidad y comprensión con los ciudadanos negros, solamente en el sentido de quién es ella, no en el sentido de sus ideas. Beck buscaba un simbolismo que lo hiciera ver incluyente, mientras que su discurso en todas sus formas es excluyente. Como si presentarla en su “rally”, pudiera igualarlo a él con la figura de Martin Luther King.

Hubo otros elementos simbólicos que se observaron en el mitin, entre ellos la asistencia de algunos individuos vestidos con los uniformes del ejército confederado, el cual, durante la Guerra Civil luchaba por mantener la esclavitud en el sur. Otros con observaciones religiosas acerca del país y la forma de “salvarlo”, significando que Estados Unidos está en el camino de la perdición.

CONCLUSIÓN Y REINTERPRETACIÓN

Con respecto a la interpretación y autorreflexión consideramos a la propia recepción de los mensajes y —como dice Thompson— los campos-objeto son en realidad campos-sujeto, pues ya están preinterpretados por sus integrantes. Esta interpretación se revierte al tema de las *doxas*, donde es necesario observar cuáles son las creencias de un mundo social particular en un momento específico.

88 De esta manera podemos considerar que la interpretación que hacen los propios integrantes está cargada de su circunstancia que, en este momento histórico, se caracteriza por una situación económica precaria e inestable. Todos los símbolos que se les presenten pueden adquirir un sentido aunque estén fuera de la realidad. Es importante resaltar que esta interpretación la hacen los receptores del mensaje con convicciones previas que coinciden con las de Beck, pero también la hacen los que se van sumando a estas visiones por cuestiones de búsqueda de entretenimiento y casualidad televisiva.

También debe hacerse notar que el grado de expresión e impacto de estas ideas transmitidas en estas formas simbólicas genera líderes de opinión que emiten a otros receptores y los van persuadiendo, tanto de que se acerquen a los mensajes que transmite Fox News y Glenn Beck, como de las propias ideas falseadas.

Es extremadamente difícil que las interpretaciones internas de esos integrantes del mundo social coincidan con las de una interpretación como la que se hace a través de la hermenéutica profunda debido al grado de influencia que las formas simbólicas hayan ejercido en ellos.

BIBLIOGRAFÍA

- Bauder, David. (2009). Fox's Glenn Beck says he believes Obama is racist. *Journalism.org*, 29 de julio. Recuperado de [<http://bit.ly/Jmn9HT>], fecha de consulta: 30 de enero de 2011.
- Beck, Glenn. (2012). Glenn Beck. Recuperado de [<http://bit.ly/M2DY7P>], fecha de consulta: 28 de febrero de 2012.

- Beck University. (2012). Beck University. Recuperado de [<http://bit.ly/L5GiIQ>], fecha de consulta: 28 de febrero de 2012.
- Fox News. (2010). Glenn Beck on 'Fox News Sunday' [video]. 29 de agosto. Recuperado de [<http://bit.ly/JYuACW>], fecha de consulta: 28 de febrero de 2012.
- Hagey, Keach. (2010). Glenn Beck's last show on Fox News. *Politico.com*, 30 de junio. Recuperado de [<http://politi.co/KmfVgB>], fecha de consulta: 28 de febrero de 2012.
- Kurtz, Howard. (2010). The Glenn Beck factor: A network divided. *The Washington Post*, 15 de marzo. Recuperado de [<http://wapo.st/Jozryx>], fecha de consulta: 28 de febrero de 2012.
- Lazarus, David. (2010). Is gold dealer using fear to steer buyers into more expensive purchases? *Los Angeles Times*, 30 de julio. Recuperado de [<http://lat.ms/L5GFTO>], fecha de consulta: 28 de febrero de 2012.
- Leibovich, Mark. (2010). Being Glenn Beck. *The New York Times*, 29 de septiembre. Recuperado de [<http://nyti.ms/JYuk6V>], fecha de consulta: 28 de febrero de 2012.
- Miller, Laura. (2010). The paranoid style in American punditry. *Salon.com*, 15 de septiembre. Recuperado de [<http://bit.ly/JddZfu>], fecha de consulta: 28 de febrero de 2012.
- Pew Research Center. (2010). Fewer Journalists Stand Out in Fragmented News Universe. 14 de octubre. Recuperado de [<http://bit.ly/J3yarK>], fecha de consulta: 28 de febrero de 2012.
- Thompson, John B. (1998). *Ideología y cultura moderna: teoría crítica social en la era de la comunicación de masas*. México: UAM-Xochimilco.

Los achaques del periodismo. Diagnóstico de las rutinas productivas de información en una radiodifusora poblana

Lucano Romero

90

RESUMEN

La presente investigación indaga las rutinas de producción y prácticas de reporte de periodistas locales en Puebla, México. Mediante metodología cualitativa consistente en entrevistas a profundidad y sesiones de observación participante, el texto describe cómo son elaboradas las noticias en una ciudad de la provincia mexicana mediante un estudio de caso referido a una radiodifusora comercial local. Mediante la observación de prácticas periodísticas que privilegian en la temática noticiosa las declaraciones oficiales y de agencia, sostenemos que la implementación generalizada de determinadas rutinas de producción debilitan la posibilidad de llevar a cabo un periodismo de investigación y una mejor cobertura de cada hecho, al tiempo que reflexionamos sobre la importancia de la profesionalización de los periodistas.

Palabras clave: Prácticas periodísticas, Diarismo, Oficialismo, Rutinización.

ABSTRACT

This research investigates the production routines and reporting practices of local journalists in Puebla, Mexico. Based on qualitative methodology consisting on in depth-interviews and participant observation, the paper examines the newsmaking processes in a local radio news station. Through the observation of journalistic practices that privilege the agenda of official statements and information, as well as their over-reliance on wires, we argue that the implementation of certain production routines have weakened the possibility of carrying out investigative journalism and better coverage of

events, while we also reflect about the importance of journalists' professionalization.

Keywords: Journalistic practices, Production routines, Official information.

La construcción de la noticia diaria responde a una rutina que se resume en la selección de un acontecimiento, su valorización como ruptura de la cotidianidad, su interpretación y finalmente la construcción de la versión que se hace pública. Hablar de las rutinas productivas es hacer “la descripción del contexto práctico-operativo en el que los valores de la noticia adquieren significado” (Wolf, 1991, p. 248), como se verá más adelante. La producción de noticias como actividad cotidiana (*diarismo*) de los actores de la prensa en el contexto de la organización periodística a la cual pertenecen, es la clave de la articulación de este estudio. La pertinencia para abordar la forma en que los periodistas elaboran noticias radica en la necesidad de conocer cómo ciertos procesos sociales son vistos, narrados y tratados por las instituciones de medios que en nuestra sociedad se encuentran legitimadas para hacerlo. Las noticias, entonces, son construcciones del acontecer que es significativo desde ciertas lógicas y estructuras de interpretación del entorno. Entender cómo operan esas lógicas de significación de la realidad es el objetivo que también da origen a esta investigación.

91

Es de reconocer que los periodistas mexicanos, en general, se mueven en terrenos cada día más amplios en cuestión de libertad de expresión, pero difícilmente podríamos asegurar que la sociedad o el ciudadano están más y mejor informados. De ahí la necesidad de promover la construcción de un periodismo de calidad que reconozca el pluralismo y aproveche la deliberación como instrumento para la formación y funcionamiento de una esfera pública, así como nuevas reglas del juego en la cobertura periodística.

El presente trabajo busca llegar a una comprensión de cómo son elaboradas las noticias en una ciudad de la provincia mexicana mediante un estudio de caso referido a una radiodifusora. Además, cómo estas rutinas de producción debilitan la posibilidad de llevar a cabo un periodismo de

investigación y una mejor cobertura de cada hecho. Para el acercamiento a este fenómeno se partió de los postulados de la sociología de la producción de noticias y se integró un diseño metodológico basado en las técnicas de la observación participante y de la entrevista. ¿De dónde o de qué tipo de fuentes los reporteros obtienen la información diaria? ¿Qué hace posible la generación de las noticias? Estas son preguntas implícitas en el desarrollo del presente estudio, el cual pretende comprender cuáles son los factores que inciden en esa práctica social a la que llamamos periodismo.

92

LOS SÍNTOMAS DE LA ENFERMEDAD.

¿DE QUÉ ESTÁN ENFERMOS LOS NOTICARIOS DE XEFJ?

Con el surgimiento de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TICS), las jefaturas de información se convirtieron en receptáculo de boletines, comunicados e invitaciones. Los reporteros, en general, salen poco a las calles a buscar otras historias que le permitan a la audiencia garantizar el derecho que tienen de recibir información verificada, equilibrada, plural, contextualizada y elaborada libre de criterios y/o presiones políticas o comerciales. En este contexto, María de Lourdes Romero Álvarez, coordinadora del libro *Espejismos de papel, la realidad periodística* (2006, p. 235), menciona como un serio problema del periodismo mexicano que “las fuentes institucionales se privilegian precisamente porque tienen la infraestructura necesaria para proporcionar con toda regularidad, y con economía de recursos para los medios, una gran cantidad de información”. Dicha situación describe el trabajo del periodista de XEFJ Radio Teziutlán, del estado de Puebla, pues, diariamente toma como principal fuente de datos a las oficinas del Ayuntamiento Municipal, las secretarías estatales y federales, entre otras instancias de servicio público. Aunque no deja de atender algunas situaciones que desde la misma audiencia o público en general se desprenden.

En este contexto, el periodista español Miguel Ángel Bastenier, en su libro *Cómo se escribe un periódico* (2009, p. 260) indica dos de los

principales fenómenos que demeritan el ejercicio pleno de un periodismo con calidad: la *declaracionitis* y el *oficialismo*, “prácticas metodológicas de recolección de datos e información de las cuales los periodistas, a menudo locales, están contaminados en sus rutinas de producción sin otra fascinación más que la de ofrecer una versión, a su criterio completa, de lo que sucede en sus respectivas zonas e informar al respecto”. A estos dos males podemos agregar otro que también da origen al presente estudio de caso, el *diarismo*.

De acuerdo con Glidden García Medina en su obra *Diarismo en la era digital* (2007, p. 35), como su nombre lo indica, “el *Diarismo* es una práctica de publicación y/o emisión diaria en la que se realiza el registro diario de los hechos y acontecimientos noticiosos (agendados) o de otra índole que se registran día a día y son dados a conocer mediante los medios de comunicación sin mayor profundidad de análisis e investigación”. Situación que se recrudece con las declaraciones oficiales.

Miguel Ángel Bastenier explica, a través de las opiniones de experimentados periodistas latinoamericanos, cómo es que dichos fenómenos contrarrestan la tarea periodística social y profesionalmente. Dichos males en el quehacer informativo se explican de la siguiente forma:

La Declaracionitis, enfermedad seguramente terminal por la que se reemplaza la acción por el gesto, hinchamos la información con todo lo que sus protagonistas dicen, porque solemos no tener idea de lo que hacen. Y, estrechamente ligado a la *Declaracionitis*, el *Oficialismo*, panacea universal para llenar periódicos, cuando a los redactores se les exige un rendimiento de una o más páginas por día (Bastenier, 2009, p. 262).

Para el periodista argentino Ricardo Luis Kirschbaum, citado en *Cómo se escribe un periódico*, el periodismo latinoamericano está enfermo de las declaraciones, que a decir de él siguen siendo el punto principal de la crónica política. Por su parte Daniel Samper, a cuya referencia hace Bastenier, indica que “el principal problema es la precariedad del contexto mínimo indispensable debido a la falta de tiempo que los periodistas tienen para investigar un hecho. Esto hace de muchas informaciones

verdaderos acertijos donde el lector ha de aguzar el ingenio para adivinar antecedentes que el periodista da por supuestos” (Bastenier, 2009, pp. 263-264). A su vez, el periodista colombiano detecta de igual manera el crecimiento del *oficialismo* a causa de las TICs, que “han relegado al periodismo que se procuraba diversas fuentes. Por ello, los financiados gabinetes de prensa de entidades oficiales abruma a los periodistas con sus materiales instantáneos –los que les interesa divulgar– de modo que induce pasividad al periodista” (Bastenier, 2009, p. 264).

94

Por su parte, Alejo Miró Quesada, periodista español, citado por Bastenier (2009, p. 264) que “resulta entonces más sencillo cubrir una fuente oficial que realizar una investigación o cobertura propia con todo el costo y trabajo que ello implica”. El acceso a las fuentes es indispensable, como se verá más adelante y en palabras también de los reporteros entrevistados de XEFJ, lo que no deja de conducirnos al *oficialismo* cuyo auge se debe, según Miró, a que es más fácil cubrir estas informaciones con credibilidad, publicando las declaraciones de fuentes oficiales. En este mismo tenor, Tomás Eloy Martínez, en la obra de Bastenier (2009, p. 266) advierte una clara decadencia del periodismo de investigación:

La reproducción de declaraciones tiene que ver con la pereza para investigar, con la red de compromisos que atan las manos y la libertad, o con la cada vez más estrecha relación entre los periodistas y sus fuentes a las que se termina no queriendo lastimar u ofender.

A esta lista de análisis periodístico se suma Alma Guillermoprieto, quien ratifica que *oficialismo* y *declaracionitis* son “grandes males del periodismo mexicano”, y coincide con Miró Quesada en que ambos, efectos y defectos, se deben a “la mala paga, pésima preparación de los reporteros que obligan a dobletear empleos y la falta de curiosidad” (Bastenier, 2009, p. 267). Guillermoprieto agrega algo que no resulta menos polémico:

La falta de reportería pura y dura de la que padece el periodismo latinoamericano se debe en gran medida a la herencia del llamado periodismo de denuncia [...]

La denuncia no ayuda a entender, y lo que urge a una población en trance de convertirse en ciudadanía es entender su entorno, comprender los dilemas y las paradojas del mundo, sentirse parte y no espectador inútil (Bastenier, 2009, pp. 267-268).

Con todo, las opiniones antes vertidas sobre la construcción de la agenda y la rutinización del trabajo periodístico, la idea que predomina es que dichas prácticas metodológicas de recolección de información producen efectos no deseados para el medio al ser tareas perseguidas por los tiempos y por la compleja relación con las fuentes y el interés público.

95

ACERCAMIENTO A LAS PRÁCTICAS PERIODÍSTICAS EN XEFJ RADIO TEZIUTLÁN

El estudio sociológico del que se nutre esta investigación parte del entendido de que la producción de noticias es de tipo comprensivo, no busca la explicación de los fenómenos sino su comprensión. Derivado del pensamiento interaccionista, se ha integrado un análisis cualitativo basado en dos técnicas de investigación aplicadas a este estudio de caso:

1. *Observación participante*. Se reconocieron las rutinas de producción de información de las dos emisiones periodísticas de la empresa radiofónica (Formula 680 de la mañana y Formula 680 del mediodía), se acompañó a los reporteros en su labor cotidiana de realizar noticias. A su vez, la observación participante estuvo centrada en dos aspectos principales de acuerdo con el protocolo o guía de observación: a) actores; y b) acciones que se realizan. La observación se llevó a cabo durante una semana completa del mes de octubre de 2011, durante la cual se incluyó el monitoreo de cada emisión para fortalecer la observación y que ésta estuviera más completa, ya que, de esta forma se pudo conocer cómo es que se estructura toda la información a presentar en vivo y cuál es el tratamiento que de las notas, hechos y situaciones se hace.

2. *Entrevistas.* Se realizaron entrevistas a profundidad con diversos tipos de actores (reporteros, colaboradores y directivos). La guía de entrevista fue integrada con base en los siguientes aspectos: las rutinas diarias de producción informativa, la idea que el sujeto tiene acerca de qué es noticia, las acciones que se utilizan para realizarlas, las fuentes informativas que cubren, la valoración que hacen de los acontecimientos para considerarlos noticias, y la percepción que tienen de sí mismos como periodistas. La entrevista, por su naturaleza, realizada con la mayoría de involucrados en tales noticieros, arrojó respuestas interesantes que permiten definir de mejor manera el presente estudio de caso. Los entrevistados, de común acuerdo para participar, demuestran con sus comentarios una seria necesidad de replantear el estudio y análisis a profundidad de la labor y función periodística con miras hacia la profesionalización. A partir de esta ideología, los periodistas se representan a sí mismos y a su profesión en el marco de la sociedad a la que pertenecen:

El ser profesional viene de la mano con estar comprometido con la gente, mantener a la gente debidamente informada sin caer en lo que es el amarillismo, manejar los diferentes temas que existen siempre con un estilo diferente que es lo que te va a ti a distinguir de otros medios (Director de noticias. Formula 680 del mediodía).

Para este acercamiento a la ideología profesional de los reporteros la selección de dichas técnicas de investigación permite conocer el proceso de trabajo del medio de comunicación, de quienes ahí trabajan y para poder recabar las opiniones de los trabajadores, situación que es fundamental para los objetivos que se persiguen. Con un carácter más científico y de investigación sociológica, la observación participante es el tipo de investigación que se centra en el estudio del proceso de producción, evaluando las diferentes fases que las rutinas productivas comprenden, de manera que se pueda mejorar tan sólo corrigiendo aquellos factores que entorpecen el funcionamiento de tales procesos.

El planteamiento de dicha metodología resultó más estratégico de lo que se esperaba, pues, permitió encontrar respuestas del porqué de las rutinas de producción que los reporteros de dicha radiodifusora emplean diariamente, así como nuevos cuestionamientos sugerentes acerca del periodismo local y sus procesos. Cabe mencionar que el fenómeno de la producción noticiosa no resulta del todo complejo; sin embargo, y adelantándose a las conclusiones resultantes, es necesario señalar que un fruto importante de este estudio y trabajo metodológico es el planteamiento de nuevas preguntas y dudas que bien podrían convertirse en una agenda de investigación para abordar el estudio de las prácticas periodísticas locales con mayor profundidad y en otros medios de comunicación.

Durante el periodo de observación se eligió al azar un día para considerarlo como “habitual”. Se trata de una construcción de las actividades que se desarrollan en el Departamento de Noticias y cabina de transmisión del medio de comunicación en cuestión durante la jornada laboral. Se describe un día de trabajo para abordar la labor cotidiana de los periodistas. Su descripción es fruto también de la observación participante. Sin embargo, cada día tiene características diferentes de acuerdo con cada una de las situaciones dadas.

97

¿QUÉ SE ESTÁ HACIENDO EN NOMBRE DEL PERIODISMO?

El medio de comunicación elegido, al que se logró fácil acceso, lleva más de 50 años al aire y sus producciones informativas se han caracterizado por recabar el acontecer diario de la ciudad. Acerca de sus características particulares, se puede señalar que la radiodifusora se encuentra constituida por dos emisiones periodísticas (matutina y vespertina), cada una con un director de noticias responsable y con su cuerpo de reporteros. El jefe de información de la edición matutina responde más a indicar a los reporteros a su cargo la fuente a cubrir y cómo se organizará la información; en cambio, el jefe de información de la segunda edición permite que sean los reporteros quienes también determinen qué información es útil presentar, de ahí que en este medio de comunicación local no

existan las reuniones de pauta, respetando el sentido de autonomía que cada noticiero tiene.

98 Para la primera emisión de noticias (7:15 horas) hay cuatro personas que la hacen posible, el operador de cabina y una reportera; las otras dos fungen como reporteros y conductores del noticiero. Cada uno de ellos se ocupa de diversas fuentes con diferentes naturalezas temáticas y poco relacionadas entre sí, salvo ciertas ocasiones donde el evento a cubrir lo exige. Por ejemplo, quien es reportero y jefe de información a la vez, cubre las oficinas del Ayuntamiento Municipal de Teziutlán, al mismo tiempo atiende a municipios conurbados, funcionarios públicos e instituciones educativas de nivel superior (universidades). Las reporteras restantes se dividen entre Seguridad Pública, servidores públicos, oficinas municipales, etcétera. La asignación de fuentes informativas es dispersa. Asimismo, cada reportera tiene la obligación de entregar de dos a tres notas diariamente a excepción del operador de cabina, quien también funge como co-conductor y ofrece sus opiniones sobre los hechos que se abordan en la emisión en vivo. Por su labor al interior del noticiero, evita reportear. El principal contenido informativo de esta primera emisión de noticias es meramente local y cotidiano, no menos en la segunda edición, donde cabe mencionar que, apenas cuatro meses atrás, hubo cambios en el departamento de noticias, donde se designó a un nuevo director, quedando el noticiero conformado por cuatro personas de la siguiente forma: un director de noticias con funciones de reportero, una co-conductora sin actividad de carácter reporteril, un reportero y editor de “audio/notas” (grabación) al mismo tiempo, y un operador de cabina, el mismo de la primera emisión de noticias.¹

Parte de los insumos de la emisión informativa del mediodía son los materiales enviados por la Dirección de Comunicación Social del Go-

¹ Por expresión ética evito citar el nombre de los actores que fueron observados y entrevistados. Sin embargo, esta situación no es obstáculo para el desarrollo de este estudio, puesto que no importan los nombres sino los actores (como construcción analítica) y las acciones que llevan a cabo en el proceso de la elaboración de noticias en el contexto del medio de comunicación que se cita.

bierno del Estado de Puebla con la que la estación de radio se encuentra en convenio por razones de propaganda y publicidad. Sin dejar de lado las cuatro o seis notas recabadas por el titular de noticias y reportero, así como el contenido local y estatal que en los periódicos locales se presenten, pues de ahí toman algunos puntos de referencia para comentar en la transmisión en vivo.

Una situación que vale la pena comentar es la multiplicidad de fuentes que uno de los reporteros debe cubrir y, por lo tanto, cada día entregaba dos o tres notas, además de realizar la grabación y edición de cada una, sumadas a las del jefe de información y al boletín de la oficina de gobierno estatal.

99

LOS HALLAZGOS Y PADECIMIENTOS: LA ESCASA AGENDA DE TEMAS

Las noticias no son el resultado de decisiones individuales, sino de procesos sociales en donde las organizaciones de medios tienen un lugar especial (Hernández, 1991, p. 236). Esto implica que la noticia es una construcción social elaborada por medio de prácticas que tienen que ver con procesos de socialización, institucionalización y valoración de las formas de narrar la realidad. En los procedimientos para seleccionar y autorizar noticias, expuestos más adelante, es evidente que se ponderan relaciones políticas y económicas por parte de los responsables de estas rutinas:

[...] que sepas lidiar con los funcionarios, que te lleves bien con ellos, es parte importante porque no te puedes pelear y el día de mañana no sabes qué cargo público puedan tener, qué información te podrán dar (Co-conductor de noticias).

Puede notarse que, una actividad fundamental que llevan a cabo los periodistas en el proceso de la construcción de noticias es la de relacionarse con otros actores. De las características de esa relación dependerán también el tipo de noticias que elaboran, pues los reporteros deben contactar a sujetos que poseen información noticiable. Así, las rutinas

periodísticas son pautas de actividades consensadas por la organización y por los periodistas como las formas “correctas” para elaborar noticias. A su vez, la rutinización tiene su origen en la incertidumbre de no saber qué es exactamente noticia entre una gama de acontecimientos que el reportero presencia día con día. Las rutinas contribuyen a reducir esa incertidumbre porque otorgan pautas normativas acerca de la elaboración de las noticias. Un ejemplo de la manera en la que uno de los directores de noticias determina la forma en la que dirige su atención hacia acontecimientos noticiables es el siguiente:

100

El criterio que se utiliza para sacar una información que realmente tiene impacto o realmente le aqueja a la gente es que si tú recibes varios mensajes de un solo tema tienes que enfocarte a ese tema. Si nosotros checamos que son más de cinco mensajes o más de cinco llamadas es porque sí está pasando algo y eso nos da a darle seguimiento a esa nota (Director de noticias, Fórmula 680 del mediodía).

Los valores noticiosos son categorías construidas para el análisis de las noticias a partir de la identificación de ciertos aspectos que los periodistas reconocen como noticiables en los acontecimientos con los que tienen contacto. Mediante los criterios que los reporteros han interiorizado a partir de un proceso de socialización y que además consensan en el ejercicio cotidiano de su profesión, es posible que otorguen más interés a algunos acontecimientos respecto a otros porque resultan más *noticiales*. Estos criterios de valoración son elementos que los periodistas utilizan en la construcción de las noticias. Ejemplos de valores noticiosos son la proximidad de un acontecimiento respecto a su contexto, la actualidad de la información, la exclusividad, la notoriedad otorgada a una fuente informativa (Cervantes, 1996, p. 92; Gans, 1980, p. 3; Sigal, 1973, p. 88), entre otros; ejemplo de ello queda de manifiesto en la opinión de uno de los entrevistados:

La diferencia de noticia a un chisme: un chisme no afecta a una sociedad o a un municipio en general. Acuérdate que la noticia debe cumplir con seis preguntas

básicas, pero aparte que afecte a la sociedad, que afecte a toda una comunidad. Por ejemplo el desabasto de agua, esa es noticia. Es muy diferente a un tema de chisme local que a la gente no le va a interesar (Director de Noticias, Fórmula 680 de la mañana).

Sin embargo, puesto que las organizaciones de medios imponen rutinas y criterios de valoración noticiosa de los acontecimientos, resulta importante reconocer hasta qué punto los reporteros tienen la posibilidad de tomar decisiones en el proceso de la elaboración de noticias. Esta situación se relaciona con el lugar que cada actor ocupa en dicho proceso: reporteros, editores, directivos, fuentes informativas, etcétera (Gans, 1980, p. 207; Williams, 2000). ¿En qué situación y por medio de qué prácticas los periodistas de XEFJ Radio Teziutlán generan sentido de su realidad y la convierten en noticias? Con la intención de responder a esta pregunta, fue planteado este acercamiento a las prácticas periodísticas realizadas en esta ciudad.

101

Mediante la observación de las rutinas del día “habitual” pudimos conocer su forma de trabajo y con ello, la falta de profesionalización de los periodistas para una adecuada y mejor cobertura informativa. Así, la jornada de trabajo se refuerza, no sólo en las actividades al interior del medio, sino también en el exterior (ámbitos noticiables). En la oficina de redacción el día transcurre a partir de una serie de actividades programadas que los reporteros y colaboradores de cada noticiero deben llevar a cabo con la finalidad de tener un flujo continuo de acciones que concluyen con la emisión del programa a la hora que corresponde. Esto implica la programación de las actividades realizadas por reporteros, jefes, directivos y trabajadores, que consisten en la organización de la información, su tratamiento y el proceso de producción física de las notas a presentar (edición y grabación).

Para la primera emisión de noticias (7:15 horas), la reportera/co-conductora, una vez realizada la cobertura de su fuente o asignación específica del día anterior, debe indicar cuántas y qué notas presenta minutos antes del inicio en vivo del noticiero. El material debe estar listo en su totalidad cinco minutos antes de entrar al aire. Sin embargo,

durante el transcurso del mismo puede determinar junto con el titular y/o jefe de información la jerarquización y organización de las noticias. Otra de las reporteras responsable de la fuente informativa que representan los ayuntamientos de San Juan Xiutetelco, Puebla y Jalacingo, Veracruz, reporta sus notas vía telefónica de acuerdo a las indicaciones de programación que el jefe de información le otorgue. Sin embargo, ambas pueden presentar variaciones en sus horarios de llegada y presentación de notas informativas, ya sea vía telefónica o personalmente en cabina.

102

Durante el transcurso del noticiero reciben llamadas de personas que desean difundir quejas o comentarios con relación a servicios públicos, o para solicitar datos complementarios de los entrevistados que, por razones de publicidad o promociones con el noticiero (patrocinio), se presentan como parte de la información a tratar. Si las llamadas telefónicas traen como resultado un tema interesante para abordar y que se relacione con el quehacer de alguna dependencia o funcionario público, las reporteras o el titular son responsables de cubrir dicho tema. Situación similar a la mecánica que en la segunda emisión se realiza. En ésta, el editor/reportero, arriba poco después de las 10:30 horas para iniciar el trabajo correspondiente: recepción de boletines, redacción de notas informativas, grabación y edición. El director de información del noticiero vespertino, minutos después de las once de la mañana se presenta en la oficina de redacción para establecer un posible orden de las notas a presentar en vivo, al tiempo de redactar la información que él mismo recopiló tras la visita a fuentes oficiales. Con todo, se entiende que existe escasa planeación y coordinación de la cobertura informativa debido a la falta de una agenda que permita organizar fuentes, hechos, seguimientos e investigaciones, así como la multiplicidad de tareas que algunos de los actores involucrados tiene y que, como uno de los colaboradores de ambos noticieros revela, provoca fallas en el quehacer informativo:

Aunque yo no acostumbro salir a reportear porque escucho, leo y comprendo del noticiero de la mañana y del cable, asimilo lo que pasa diariamente aquí en la región y trato de dar un punto de vista y la opinión (Operador de cabina/Coconductor de ambos noticieros).

Procesos como el que describe el entrevistado en las rutinas periodísticas y sus valores, permiten que los periodistas interioricen estructuras de interpretación de la realidad por medio de las cuales se aproximan a ciertos aspectos del acontecer. Esta situación implica la construcción de una ideología periodística que incide en la labor cotidiana de elaborar noticias. A partir de ahí los periodistas se siguen presentando en el marco del tejido social del que forman parte.

En lo que respecta a la jornada laboral en el exterior, se puede decir que es el dominio de los reporteros y se caracteriza por las visitas a los ámbitos noticiables:

Ir a checar las fuentes informativas, como son: seguridad pública, vialidad, organismos públicos, direcciones de gobierno y checar quejas de la ciudadanía (Reportero).

103

Debido a que las características de las fuentes informativas que los reporteros visitan son muy diferentes, es difícil articular una pauta de actividades. Así, la actividad fundamental es visitar y concertar citas con las fuentes que se les asignan, pero ese momento también es preciso para aprovecharlo y realizar entrevistas sin estructura previa.

Los estudiosos han clasificado las rutinas periodísticas en dos categorías: 1) las de acopio de la información (cobertura noticiosa); y 2) las de tratamiento de la información (selección, jerarquización y presentación de las noticias) (Wolf, 1987, p. 248; Tuchman, 1983, p. 35; Gans, 1980, p. 78; Hernández, 1991, p. 22).

RUTINAS DE RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN

La observación se centró en cómo los reporteros realizan su cobertura y presentan la información (política, económica, policiaca y las referidas a otros procesos socioculturales como la educación). De esta manera, los reporteros llevan a cabo diariamente la rutina de visitar ciertas fuentes informativas asignadas las cuales permiten versatilidad de acuerdo con

su naturaleza y a cómo el reportero interpreta su cobertura. El director de noticias de la emisión vespertina lo explica:

Cada quien cubre la fuente que le compete. A mí me competen las fuentes de los diferentes municipios como son ayuntamientos municipales. En concreto, entrevistas con presidentes municipales y con directores de áreas importantes de los ayuntamientos. Se cubre lo que es información de seguridad pública, seguridad vial y algunos informes o avisos que tengan los directores o el área de comunicación social que son los que nos pasan los boletines y que nos indican qué eventos va a haber dentro de la semana o el día.

104

Este tipo de práctica es muy frecuente al interior de Radio Teziutlán cuyos reporteros coinciden en que los procesos para investigar y acceder a datos e informantes requieren de tiempo y destreza profesional:

Yo en lo particular no lo hago, 45 minutos no nos da mucho tiempo. La verdad es un género que hemos descuidado, no le hemos dado seguimiento (Director de noticias, Fórmula 680 de la mañana).

De visita por las fuentes

Ante la falta de una pauta de cobertura para atender durante el día, el método más común para obtener información por parte de los reporteros es la entrevista directa. Los reporteros buscan personalmente a políticos, funcionarios públicos, directores de áreas y jefes de prensa de las fuentes informativas y concertan citas con ellos. No hay una lógica evidente para estructurar la cobertura, más que la de atender a la cantidad de dos o tres notas diarias, como mínimo, que se les exige en el marco de una asignación de fuentes específicas. Cada reportero en su noticiero está obligado a dar cobertura a las fuentes que le competen. Existen pocas fuentes organizadas y que ofrecen soportes informativos de forma sistemática, como ruedas de prensa y boletines. Esto último es el caso de las fuentes informativas más grandes e importantes, como el Gobierno del Estado, la Presidencia Municipal, oficinas gubernamentales, etcétera. Por lo que la labor de acopio de información se les facilita en mayor

medida. Ante tales condiciones, resulta claro que la cobertura noticiosa es una actividad de rutina, pero no por ello se encuentra programada ni planeada, como explica uno de los periodistas:

Programamos la información, la damos a conocer, hacemos enlaces con algunos funcionarios; depende de la jornada del día, de lo que se pretende, a veces hay noticieros en donde nos hacemos llamadas, depende de la jornada, de lo que se presente (Director de noticias, Primera emisión).

No existe una estructura sistemática de acercamiento a las fuentes. En todo caso, los reporteros han interiorizado una serie de criterios de noticiabilidad; por ejemplo, la actualidad o inmediatez, mientras más reciente es un hecho más noticia es y, en ciertos casos, al medio de comunicación al que pertenecen por los intereses que deben cuidarse respecto a cómo se esté abordando la información, a partir de ahí contactan a diferentes funcionarios. Pero también influyen criterios que parten de las actividades de las fuentes, festejos institucionales y quejas ciudadanas, pero ello no impide considerar a servidores públicos y organismos gubernamentales como los principales proveedores de información:

105

Vamos también con las fechas, como puede ser un 16 de septiembre. También nos movemos conforme los eventos que tiene el municipio; por ejemplo, cuando el gobernador tiene una gira por acá nos invitan, es cuando vamos agendando la información. También la información nos la hace llegar la propia ciudadanía; que no hay agua, que no hay alumbrado, que el camión no viene. Entonces, tú vas y entrevistas al funcionario. Obviamente, en el andar diario te vas enterando de cosas y vas reportando (Director de noticias/reportero, Primera emisión).

La ronda por las fuentes, en conjunción con las exigencias organizacionales, obliga a los reporteros a adquirir ciertos grados de versatilidad en la interpretación de la cobertura. Sin embargo, los reporteros tienen un margen un poco más amplio de decisión aunque, en ocasiones, pueda verse enmarcada por otros criterios como la cantidad de personas que son afectadas por el hecho, lo inusual del acontecimiento, quién es la fuente y no tanto la información en sí misma.

RUTINAS DE TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

La importancia de las rutinas de tratamiento de la información es fundamental porque, como resultado de ellas, los jefes de información definen cuáles de todos los informes entregados por los reporteros se convertirán efectivamente en noticias para la emisión del día y cuáles pueden esperar para transmitirse. Estas rutinas integran los procedimientos de selección, jerarquización y presentación de las noticias.

106 El control sobre estas valoraciones es ejercido personalmente por el director. Cada día el director selecciona y autoriza noticias, también da visto bueno al trabajo que los reporteros realizan con respecto al tratamiento de la información, personajes y declaraciones que presentan. Sin embargo, los directores de noticias también responden a indicaciones que, para el tratamiento de notas que puedan resultar contraproducentes, parten del programador general de la radiodifusora quien, por la autoridad que le ha sido otorgada por parte del gerente general de la empresa, puede determinar qué nota publicarse o cómo debe abordarse:

Yo te puedo decir que aquí, en los cinco años que he tenido en el noticiero, si me han censurado dos o tres notas en los últimos cinco años es mucho, la verdad es que aquí tengo más libertad. Hay que analizar el entorno, es un municipio pequeño, lo que aquí tú digas afecta al de enfrente, afecta al de al lado y afecta a todo mundo (Director de noticias, Formula 680 de la mañana).

De tal manera el control es, en ocasiones, un sistema operativo para la decisión y estrategia operativa para la emisión “correcta” de la información. Llama la atención la manera en la que los reporteros insisten en que sus noticias no son objeto de censura, aun cuando en ocasiones no son publicadas debido a los criterios organizacionales y de los mismos directores de noticias. Las explicaciones ligadas a las rutinas de tratamiento de la información permiten otorgar sentido a esas omisiones: afecta al medio de comunicación y sus relaciones, no hubo espacio, el tiempo fue insuficiente, la nota no era tan importante, el tema no era relevan-

te, la fuente no tenía trascendencia, etcétera. Por lo tanto, la realidad reconstruida noticiable y que pueda resultar desfavorable, necesita ser autorizada y seleccionada para ser presentada. La selección noticiosa de la información inicia desde la asignación de fuentes a los reporteros o por lo menos los ámbitos en donde se registra la información que interesa para ser recopilada.

Los periodistas definen en cada edición la noticia más importante y, finalmente, las demás noticias que se utilizan como una manera de llenar el espacio disponible hasta tener formado el noticiero radiofónico. Las noticias son resultado de las prácticas que se realizan para elaborarlas, estas prácticas se estructuran en forma de rutinas noticiosas, cuyo uso ya ha sido descrito en forma sintética. Pero además, estas acciones generan ciertas características en las noticias que es necesario señalar para entender cómo se construyen.

107

LA NOTICIA: PRODUCTO DE LA SOCIALIZACIÓN

En gran medida, las habilidades necesarias para elaborar noticias se adquieren en un proceso de socialización en donde diferentes actores (reporteros/fuentes) se encuentran en una interacción continua. Los reporteros del medio de comunicación analizado, en ocasiones se enfrentan a un clima de incertidumbre debido a que en algunos casos no saben a ciencia cierta qué es noticia o dónde se está gestando ésta. De ahí que el *diarismo*, e incluso la *declaracionitis*, sean las prácticas metodológicas de recolección de información más socorridas de los periodistas locales.

Para los reporteros las noticias tienen un valor dinámico debido a que se enfrentan diariamente a la labor de narrar ciertos acontecimientos que se consideran noticiosos. Esto implica que los reporteros se aproximen a la realidad con una estructura de interpretación que han interiorizado, pero que deben confrontar con el acontecer. Además, una de las funciones principales que consideran es la intermediación, a través de la cual los periodistas se identifican a sí mismos como mediadores entre diferentes sectores de la sociedad:

Tú sabes que como medio de comunicación, muchas veces sin buscar la nota, te encuentras en el lugar preciso cuando se empieza a desencadenar algo, como alguien ya te identifica que tú eres medio llegan y te comentan y esto ya conlleva a que le des una investigación y, precisamente, ya con los mismos compañeros te vas compartiendo también notas (Co-conductora, Formula 680 del mediodía).

La importancia de articular las funciones que los reporteros le otorgan a su labor radica en la posibilidad de identificar el sentido que le dan al periodismo frente a la sociedad. El valor de la noticia se asocia entonces a las dinámicas con las que el reportero debe enfrentarse incluso con sus compañeros.

108

LA NOTA ESTÁ EN LAS FUENTES

El elemento principal que define la noticia en la producción informativa en dicha radiodifusora es la fuente de la que procede. Existen fuentes informativas legitimadas por la estructura social (por lo regular funcionarios públicos) que reciben cobertura en forma sistemática y cuyas actividades y declaraciones son noticiables en gran medida. Al grado que pueden ofrecer declaraciones noticiosas de asuntos que se encuentran fuera de su ámbito de acción y de quienes no son conocedores; independientemente de la pertinencia de sus señalamientos, el material es recogido por los reporteros y presentado. Como ejemplos de este tipo de fuentes, se pueden citar al gobernador del estado, el presidente municipal, los diputados locales, etcétera. Citar la fuente es fundamental, los reporteros se acercan a las fuentes informativas mediante los siguientes criterios:

- a) *Informativo*. Se refiere al valor informativo de la fuente en sí misma.
- b) *Político*. Ciertos actores con determinada legitimidad suelen convertirse en fuentes informativas frente a otros actores sociales que no se presentan del todo en el medio.
- c) *Comercial*. Las relaciones comerciales del noticiero también definen lo que es noticia. Durante la práctica se observó cómo a los

anunciantes se les ofrecía cobertura por el pago de la publicidad contratada. Lo que no deja de interferir en los criterios de noticiabilidad, situación que ha pesado más para los periodistas de la primera emisión del noticiero:

Cualquier medio de comunicación que inicia fuerte, con declaraciones fuertes, con el paso del tiempo se suaviza, ¿por qué?, porque ya le llegaron al precio, porque tal funcionario, tal dependencia ya se anuncia ahí y ya tienes que ser, hasta cierto punto, tolerante con lo que comentes [...] El medio que te diga que es independiente está mintiendo, porque requieres de tus patrocinadores y desgraciadamente tocas intereses. Tienes la presión; en nuestro caso, que nos cobran una renta por el espacio, necesitas ser condescendiente hasta cierto punto con tal de salir al aire. Desgraciadamente dependes de la publicidad, dependes de los patrocinios (Director de noticias, Primera emisión).

109

Además, para abonar a la investigación, se encontró que las noticias pueden almacenarse durante algunos días y de hecho así lo hacen los reporteros, para usarlas en los “días malos”. Para un reportero, una entrevista no es igual a una noticia, sino a varias. Trabajar las notas de esta manera implica una organización mental del reportero desde el momento de plantear preguntas a las fuentes informativas. Así, el reportero articula preguntas de múltiples temas de acuerdo con las noticias que necesita obtener, pero no bajo una estructura ni esquema de pacto comunicativo que le ayude a realizar mejor su trabajo. Se pregunta por preguntar, obtener declaraciones y cumplir con las notas diarias que se le solicitan. Esto lleva a señalar que los reporteros en cuestión se definen a sí mismos como entes organizacionales y no menos sociales, porque encuentran en el medio de comunicación la razón de ser de su propia actividad y una forma de servir en su contexto inmediato:

Nosotros como medios somos parte fundamental entre la sociedad y las autoridades, porque la sociedad nos exige día a día que interroguemos a los funcionarios, que les exijamos su compromiso de trabajo y esa es la labor que tenemos, porque es a través de nosotros donde la gente nos deja ver sus necesidades, sus quejas,

sus opiniones. A veces cuando un funcionario está trabajando bien lo decimos pero también hay que criticar lo malo y reconocer lo bueno. Esa es la labor de un reportero (Director de noticias, Segunda emisión).

En todo caso, el comentario pretende dar cuenta de un fenómeno de representación social que los periodistas realizan con respecto a su propio trabajo. No es ignorado el hecho de que los funcionarios e instituciones de gobierno siguen constituyendo las principales fuentes informativas. Sin embargo, los reporteros que acuden a eventos programados —ruedas de prensa, actos públicos, desayunos o comidas con funcionarios, etcétera— suelen encontrar ciertos actores sociopolíticos que corresponden a tales fuentes que cubren y aprovechan la ocasión para lograr una o dos notas.

La importancia de la relación entre los reporteros y las fuentes informativas es fundamental. Esto se debe a que en gran medida las noticias son resultado de las estrategias de acercamiento que los periodistas mantienen con las fuentes informativas para obtener noticias. En general, ambos comparten intereses en el proceso de la cobertura noticiosa; la fuente desea aparecer en el medio porque eso le da presencia en el espacio público, mientras que los reporteros se benefician al obtener información que requieren para satisfacer las necesidades de su noticiero. Los medios necesitan de la información que brindan las fuentes (Martini y Luchessi, 2004, p. 145).

Los reporteros otorgan distintos niveles de notoriedad a las fuentes informativas de acuerdo con dos criterios principales:

- a) *Institucionalización*: mientras más legitimada se encuentre una fuente informativa por la institucionalización social, es probable que los periodistas le presten mayor atención.
- b) *Actualidad*: existen fuentes noticiosas que aparecen en las emisiones informativas en función de la temporada (cobertura cíclica), como la oficina de protección civil en época de lluvias, cuando puede haber inundaciones; el sector salud en invierno, cuando se incrementan las enfermedades respiratorias; o la procuraduría de

protección al consumidor en las fiestas decembrinas, cuando se vigila que los prestadores de servicios no se excedan en los precios y tarifas.

Mediante estas estrategias, los reporteros legitiman los temas noticiosos y se confieren a sí mismos con la capacidad de contribuir a la generación de opinión pública. La importancia de articular las funciones que los periodistas le otorgan a su labor radica en la posibilidad de identificar el sentido que le dan al periodismo frente a la sociedad.

PAPEL SOCIAL DEL PERIODISMO

111

Hablar de las funciones del periodismo es hablar de las funciones de quien lo ejerce. La importancia de articular las funciones que los periodistas le otorgan a su labor radica en la posibilidad de identificar el sentido que le dan al periodismo frente a la sociedad, en donde existe una gama de profesiones (cada una con función propia), con cuyos practicantes los periodistas han tenido, tienen o tendrán contacto. Es así que los periodistas se vinculan diariamente con expertos, técnicos, académicos, analistas, políticos, etcétera, de donde obtienen información que traducirán en noticias (De León, 2004, p. 221). Los reporteros y las organizaciones periodísticas legitiman los temas noticiosos y se invisten con la capacidad de contribuir a la generación de opinión pública y, por tanto, a la construcción de la democracia que sintetiza todos los valores sociales a los que se aspiran.

Los achaques del periodismo es un llamado hacia un cambio de mentalidad en las formas de hacer periodismo y propone una nueva asociación entre el periodismo y su público. Los desafíos a los que se enfrenta el periodismo moderno no se superarán sin una receta audaz para curar los males de un sector en crisis. Al mismo tiempo, los periodistas, y no menos el medio de comunicación en el que laboren, necesitan un nuevo estímulo en su trabajo. El texto rechaza la noción de que internet destruye el periodismo. Por el contrario, la red ha dado un impulso a la libertad y

ha abierto la puerta a una nueva y prolífica era de la información y el periodismo que puede informar, estimular y educar a nuevas generaciones.

El periodismo hace más que mantenernos informados, permite que nuestras voces, como ciudadanos, se oigan en las esferas del poder y nos permite controlar y moderar las fuentes de poder que condicionan nuestras vidas (Kovach, 2010, p. 8).

El periodismo importa cuando expone o revela los abusos policiales y la tortura. Importa cuando sigue la pista del tráfico de seres humanos o la tala ilegal de árboles. Importa también cuando proporciona a los ciudadanos información correcta, relevante y equilibrada sobre asuntos que les afectan directamente, desde las reuniones del consejo escolar a las normas municipales, desde las alertas sanitarias a los aumentos de precios de productos básicos. El periodista es un vigilante, un árbitro, un administrador de la información, un mensajero y un traductor, todo en interés público. En los últimos años, varios periodistas han sido asesinados, muchos por sus investigaciones en defensa del interés público. Estos ataques contra los periodistas demuestran la importancia de esta labor. El periodismo importaba ayer, importa hoy e importará mañana.

112

La función de un periodista consiste en descubrir información novedosa sobre asuntos de interés general y transmitirla a los lectores con la mayor rapidez y precisión posibles, de una manera veraz y ecuánime. Eso es todo. Además, un periodista puede dedicarse a muchas otras cosas [...] Pero si no publica información fresca, se limitará a comentar cosas ya sabidas. Los comentarios quizá sean interesantes, apasionantes, incluso; pero no son noticias. La información sí lo es (Randall, 2008, p. 37).

El periodista tiene hoy la oportunidad de estar más cerca que nunca de los ciudadanos. El periodismo de servicio público proporciona plataformas de diálogo y soluciones para la transmisión de los problemas comunitarios. Todo esto absorbe tiempo y recursos periodísticos, pero a cambio dejarán de tenerse redacciones aisladas que pugnan por convertir a audiencias pasivas en sociedades con las que se pueden involucrar. Después de todo, es más fácil que las sociedades apoyen al periodismo si éste está más próximo a sus preocupaciones. Los periodistas tienen

que tomar conciencia de los cambios a los que se enfrenta la profesión y tienen que asegurarse de que cumplen su parte al afrontar el futuro respaldando la solidaridad profesional.

DIAGNÓSTICO DE LA ENFERMEDAD. ¿CUÁL SERÍA SU CURA?

El periodismo y el trabajo de los periodistas de XEFJ Radio Teziutlán, está determinado, en gran medida, por la inmediatez y el “diario acontecer”. La inmediatez con que se procesa la información impide fomentar la investigación, en consecuencia, los periodistas carecen de los principios para la selección y jerarquización temática, asignación de coberturas y la manera de procesar la información que transmiten. Existen, además, en sus emisiones periodísticas diarias: falta de estructura y tratamiento informativo, problemas de sintaxis, empobrecimiento del lenguaje y una inadecuada narrativa. La dinámica laboral no deja tiempo suficiente para verificar un hecho con otras fuentes ni para contextualizar.

113

Con todo lo anterior se demuestra que las rutinas de producción noticiosa sintetizan estructuras de interpretación y socialización que los periodistas tienen, adquieren y reproducen. Tales estructuras se legitiman al ser aceptadas por los propios periodistas como las formas “correctas” de elaboración de las noticias. Esto quiere decir que las noticias son resultado de un proceso de comprensión de la realidad a partir de supuestos de los mismos actores porque algunas de ellas son impuestas organizacionalmente.

Las noticias son significaciones acerca del entorno mediadas por múltiples personajes institucionales —oficinas de prensa, políticos, ayuntamientos, gobiernos, etcétera— e individuales —reporteros, jefes, directivos, representantes de las fuentes de información— y determinadas por acciones que esos actores llevan a cabo entre sí para generarlas y narrar la realidad.

Se pudo observar que los periodistas del medio de comunicación analizado, organizan y programan las noticias mediante la asignación de fuentes a los reporteros, lo cual permite identificar qué tipo de ac-

tores sociales están legitimados para ofrecer opiniones y señalamientos con respecto a determinados procesos que en la sociedad ocurren. Esto implica que ciertas voces sean privilegiadas en las emisiones informativas y que otras sean ignoradas. El acercamiento de los reporteros a los “funcionarios/fuentes informativas”, representa la confluencia de dos áreas complejas, cada una con lógicas propias que parten de sus representantes, quienes cumplen papeles que se complementan: el reportero tiene la obligación de encontrar información fidedigna; por otro lado, el funcionario tiene la encomienda de lograr el acceso a los medios porque ello representa la posibilidad de destacarse y colocar su discurso en el entramado social. Por ello, es necesario afirmar que las noticias no son la realidad, sino que la representan, son un recuento de ella (Hernández, 1991, p. 237). Son narraciones, reconstrucciones del acontecer hechas a partir de procesos de socialización, negociación, consenso y lógicas institucionales mediante los cuales los periodistas otorgan significado al entorno donde ejercen su profesión.

En consecuencia, la información que se emite en los noticieros sometidos a observación y estudio es una realidad fragmentada, delimitada y contaminada por el *diarismo*, *oficialismo* y *declaracionitis*. Es fragmentada porque los periodistas de la radiodifusora conceptualizan la actividad periodística como el reporte de acontecimientos que se llevan a cabo en ciertas partes, pero en otras no; cada ámbito noticioso tiene sus propias características y en la cobertura periodística se encuentran, por lo regular, desvinculados. Es delimitada porque, debido a la rutinización de ciertas prácticas, es posible que los acontecimientos noticiosos sean programados y que tengan espacialidades y temporalidades concretas para su ocurrencia. Es oficial porque las noticias se consensan en tanto que una fuente informativa legitimada por la estructura social emite declaraciones que son recogidas por los reporteros, mientras que voces alternativas carecen de acceso a tales espacios informativos y, por lo tanto, a la realidad periodística.

Por ello, es necesario invertir en los recursos humanos —periodistas, editores, directivos, etcétera—, específicamente en el fortalecimiento de

la capacidad de quienes participan en el quehacer informativo del medio de comunicación aquí estudiado, proporcionando apoyo infraestructural, técnico, académico y de actualización que permita, en la medida de lo posible, favorecer sus prácticas periodísticas. Promover la profesionalización, formación y la capacitación de periodistas o reporteros en la investigación, para lo cual se requiere destinar recursos financieros. Se debe propiciar la creatividad, apoyada en todo momento con herramientas narrativas como elementos sustanciales del periodismo. Es necesaria, para los involucrados en la actividad reporteril, una mayor comprensión de lo que implica dedicarse a dicha profesión y qué es en sí hacer periodismo. En lugar de sólo limitarse a fórmulas simples de hacer noticias, conviene plantearse la heterogeneidad de actores sociales, la fragmentación de agendas y la diversidad de formas que toman. El periodismo es una situación colectiva, cuya diversidad, esencia también de los medios de comunicación, debe ser promovida tanto en la investigación como en la práctica.

115

ANEXOS

A continuación se presentan algunas de las fichas que contienen datos de mayor relevancia para la realización del estudio de caso antes expuesto. El siguiente material metodológico es utilizado como referencia y complemento de las rutinas de producción analizadas.

Fichas de Observación

FICHA NO. 1

Observación: rutina de producción de noticiero en vivo. 3/10/11

1. 10:30 am, hora en que comienzan a llegar a la redacción el editor y/o reportero, y el titular de noticias tras acudir a fuentes oficiales.
2. El editor descarga boletines del gobierno del estado de Puebla, los imprime, los graba para su presentación íntegra en la emisión en vivo (12:30 a 13:30 hrs.) El titular del noticiero y dirección de noticias a la vez redacta sus notas, las graba. Sus notas sólo dan una introducción al tema o lo que dijo el entrevistado.

3. El operador de cabina y a su vez co-conductor llega cinco minutos antes de la emisión en vivo. Hace un somero monitoreo de las notas a presentar para dar su opinión. Además, participa en la primera edición de noticias (7:15 a 8:00 hrs.), se da por hecho estar informado del acontecer del día.
4. Si se reporta(n) a la estación de radio alguna(s) persona(s) que tenga(n) alguna queja, denuncia, solicitud, etcétera, se agrega dicha situación al contenido del noticiero. Si consideran que es de suma relevancia, incluso, entrevistan a los involucrados al momento. Si éste tiene que ver con algún funcionario y/o institución de gobierno se contacta en vivo para entrevista telefónica y aclarar el hecho que se denuncia.
5. No hay un guion en forma que indique la estructura formal del noticiero. El rumbo de la información a presentar lo dictan las llamadas (si es que las hay) y mensajes de texto del público.

116

Observador: Lucano Romero Cárcamo.

FICHA NO. 2

Observación: rutina de producción de noticiero en vivo. 4/10/11

1. El *teaser* no es grabado, es en vivo y proporcionado por el titular, sólo hace un breve comentario u opinión de la que considera es la nota principal. Referente a la información (boletín), no se contrasta y hace otro comentario pero indica lo que leyó, aunque que con otras palabras.
2. La co-conductora no revisa titulares ni el contenido del noticiero. Llega a la hora de inicio del noticiero.
3. No existen diferencias entre los bloques de información local, estatal, nacional, etcétera, que ayuden a identificar o diferenciar el contenido.
4. Las secciones que se han dado como fijas son las de asesoría legal y las de recetas de cocina.
5. Las entrevistas dependen de algunas actividades próximas a realizarse en la ciudad, como artísticas, culturales, deportivas, políticas, entre otras.

Observador: Lucano Romero Cárcamo.

FICHA NO. 3

Observación: rutina de producción de noticiero en vivo. 5/10/11

1. Los principales “géneros periodísticos” que se abordan en los dos noticieros son la entrevista (sin previa estructura, sólo se pregunta el tema principal) y la nota informativa.
2. En la primera emisión de noticias (7:15 a 8:00 hrs.) el titular, y conductor del noticiero, llega minutos antes de las 7 am para ordenar las notas recabadas el día anterior.

3. La co-conductora y reportera a su vez, llega cerca de las 7 am para reportar su información. El operador de cabina minutos antes de las 7:15.
4. Tampoco hay un guión en forma con la estructura; el titular es quien en coordinación con el operador de cabina van definiendo qué nota o qué bloque presentan.
5. Existe una agenda de entrevistas a realizar en la semana debido a convenios y/o patrocinios.

Observador: Lucano Romero Cárcamo.

FICHA NO. 4

Observación: rutina de producción de noticiero en vivo. 6/10/11

1. En el noticiero matutino las notas se dan en vivo, solo los *Inserts* o grabaciones se presentan así, previamente editadas. Le llaman “Nota Insert”.
2. Algunos de los días del noticiero transcurren con varias entrevistas y una o dos notas, dependiendo el tiempo.
3. Las llamadas o mensajes de texto son materia prima de noticieros, pues, se les da respuesta u opinión a ellas.
4. Al término del noticiero matutino, en la redacción, el titular indica a sus compañeros qué eventos o fuentes habrá que revisar en el día, según su criterio. La emisión vespertina no se hace.
5. Los dos noticieros tienen la obligación grabarse para, en dado caso, aclarar alguna disyuntiva que se haya generado con algún tema, funcionario o persona.

117

Observador: Lucano Romero Cárcamo.

BIBLIOGRAFÍA

- Bastienier, M. A. (2009). *Cómo se escribe un periódico. El chip colonial y los diarios en América Latina*. Bogotá: Fondo de Cultura Económica.
- Cervantes, C. (1994) Análisis de contenido y etnografía en el estudio de la producción de noticias. En C. Cervantes y E. Sánchez (Coords.), *Investigar la comunicación. Propuestas iberoamericanas*. Guadalajara: Asociación Latinoamericana de Investigadores en Comunicación.
- Cervantes, C. (2000). Para superar la ruta de modelos, efectos y metáforas equívocas en la sociología del periodismo. En G. Orozco (Coord.), *Lo viejo y lo nuevo. Investigar la comunicación en el siglo XXI*. Madrid: De la Torre.

- Gans, H. J. (1980). *Deciding What's News. A study of CBS News, NBC Nightly News, Newsweek and Time*. Nueva York: Vintage.
- González, G. (1986). *Valores noticiosos: la distribución desigual del acceso periódico*. Colima: Universidad de Colima.
- Hernández, M. E. (1991). "La producción de noticias en una organización radiofónica". En J. Aceves, P. Arredondo y C. Luna (Comps.), *Radiodifusión regional en México. Historias, programas, audiencias*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- Martini, S. y Luchessi, L. (2004). *Los que hacen la noticia. Periodismo, información y poder*. Buenos Aires: Biblos.
- McQuail, D. (1994). *Mass Communication Theory*. Londres: Sage.
- Randall, D. (2008). *El periodista universal*. Madrid: Siglo XXI.
- 118 Romero, L. (Coord.). (2006). *Espejismos de papel: la realidad periodística*. México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Tuchman, G. (1983). *La producción de la noticia: estudio sobre la construcción de la realidad*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Wolf, M. (1987). *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas*. México: Paidós.

María del Carmen Fernández Chapou. (2012).
*El nuevo periodismo en la prensa hispana
contemporánea. Una propuesta para los medios
del siglo XXI.*

Saarbrücken, Alemania: Lap Lambert Academic Publishing/
Académica Española.

Mónica Luengas Restrepo

Como resultado de su trabajo doctoral, María del Carmen Fernández Chapou desentraña las características propias de la corriente del Nuevo Periodismo estadounidense de la década de 1960, como se le llama al conjunto de piezas periodísticas que informan sobre un hecho utilizando herramientas propias de la literatura de ficción y que trastocan el concepto de objetividad y ética profesional que manejaba la prensa hasta entonces. Esta corriente aparece en medio de la escena contracultural de los años sesenta del siglo xx, donde se suscitaban nuevos movimientos y tendencias con gran impacto en el posterior desarrollo del escenario político, social y cultural. Esto, sumado a la masificación del consumo noticioso a través de los medios electrónicos, llevó a un grupo de periodistas e intelectuales a librar una especie de batalla entre “lo establecido” y “lo nuevo”. Además de esta detallada descripción, la autora revisa las posibles remediaciones que esta corriente ha tenido en los años actuales, sobre todo

en Hispanoamérica, e intenta establecer si la apropiación del nuevo periodismo es viable dentro del quehacer noticioso actual.

Comenzando con un recorrido por los antecedentes y el contexto en el que apareció el Nuevo Periodismo, el libro describe el fenómeno contracultural y el surgimiento de la prensa alternativa en Estados Unidos, hasta llegar a la consolidación de esta corriente que, según Fernández, es la tribuna desde la que se dio visibilidad a la generación que experimentaba estos tiempos de transición social. Además de hacer una revisión histórica de los principales momentos del Nuevo Periodismo estadounidense,¹ el

¹ Este nuevo periodismo estadounidense pasa por Truman Capote y *A Sangre Fría*, la novela-reportaje que narra el asesinato de una familia y la posterior ejecución de sus asesinos; Norman Mailer y *Los Peloteros del Pentágono*, donde el autor hace parte de una manifestación en contra de la Guerra de Vietnam; y Tom Wolfe y su reportaje titulado *There goes (varoom! Varoom!*

libro plantea las características propias de este periodismo que intentaba recuperar los preceptos de un periodismo basado en la investigación, la diversidad de fuentes, el compromiso ético y la denuncia o visibilidad de temas que la inmediatez no necesariamente permiten cubrir, siguiendo la tradición de los llamados *Muckrakers*² o de la prensa *underground*. Buena parte del argumento del Nuevo Periodismo como propuesta para los medios hispanoamericanos de la actualidad se centra en la figura del periodista, debido a que quienes inauguraron esta corriente se convirtieron en actores sociales que participaban de la realidad que reportaban, dando un vuelco a la figura del periodista objetivo que no se compromete y que está a merced de la organización que publica sus textos.

En su contenido, el libro también hace la necesaria precisión acerca de la relación del Nuevo Periodismo con la Novela, género que, según Tom Wolfe y otros de los que han intentado teorizar sobre esta corriente, estaba en franca

crisis al momento de la aparición de este tipo de historias. No en vano, hay quienes se refieren al Nuevo Periodismo como la Novela de No-Ficción. Y es que muchos de los textos iniciadores de esta corriente se han perpetuado en la forma de libros, aunque originalmente fueran reportajes que se publicaban por entregas en revistas como *Esquire* o *Rolling Stone*.

Fernández afirma que fuera de Estados Unidos y en los años posteriores a la década de 1960, en especial en el contexto hispanoamericano, ha existido una constante relación entre el periodismo y la literatura. Sin embargo, aunque tales iniciativas no han decantado en una corriente de las dimensiones del Nuevo Periodismo estadounidense, sí podrían tomarse como de rasgos novo-periodísticos, aunque su rango sea bastante heterogéneo.

Como aporte, Fernández explora estas apropiaciones de las características del Nuevo Periodismo en Hispanoamérica a través de un recorrido general y enumera varios ejemplos concretos: el caso de la revista *Rolling Stone*, en concreto en su edición española; el trabajo de Gabriel García Márquez, llamado “El Nuevo Periodismo Latinoamericano”; la entrevista-historia de Rosa Montero; los “articuentos” de Juan José Millás y algunos ejemplos del diario *El País* (España). Su propuesta se basa en la idea de que un “Post-Nuevo Periodismo” debe ser adoptado por los medios masivos escritos en Hispanoamérica, como una

om!) that kandy-kolored (thphhhhh!) tangerine-flake stream-line baby (rahghh!) around the bend (brummmmmmmmm...), sobre la cultura de los autos modificados en California, entre otros.

²Con este nombre se llama a los periodistas que, a comienzos del siglo xx, en Estados Unidos, denunciaban a través de sus piezas periodísticas la corrupción política, la explotación laboral y otros asuntos de personajes públicos y políticos de la época. Su fin era provocar una respuesta.

respuesta que no se sustente en esfuerzos individuales. “Las características del contexto periodístico hispano contemporáneo, de forma análoga al de los años sesenta, apuntan hacia la necesidad de esfuerzos que atiendan los nuevos retos. Hoy, como entonces existe un vacío informativo que la prensa convencional, salvo aquellos casos aislados estudiados, no ha sido capaz de cubrir” (Fernández, 2012, p. 280).

Esta propuesta también intenta responder a la realidad que viven los medios escritos que, según la autora, están estancados en el conservadurismo y los intereses comerciales, y que se enfrentan —con la televisión, la radio, internet y, más recientemente, con los dispositivos móviles— a perder la carrera de la inmediatez. Es así como esta investigación sostiene que este tipo de periodismo permite dar una nueva mirada a los hechos, a partir de una profundidad en las temáticas y una elevada calidad, que corresponde a un enfoque ético centrado en el compromiso de informar y en los intereses públicos. Otro de los puntos que aborda, se centra en la permanencia que adquieren este tipo de textos, que superan su temporalidad inicial, permitiendo que su difusión y lectura

sean mayores y menos transitorias, lo cual se traduce en nuevas fórmulas de negocio.

En ese sentido, a la problemática del contexto actual de la información, el Post-Nuevo Periodismo se rige como una propuesta. Existen ejemplos visibles de que, aun en este panorama, es posible arriesgarse y apostar por propuestas alternativas. Quizá hoy más que nunca habría oportunidad para dotar de actualidad a esa vieja corriente que no solo aplica en la clandestinidad. Bien encauzada, la prensa masiva y comercial no tiene por qué estar peleada con el periodismo creativo y de calidad (Fernández, 2012, p. 181).

Aunque no es el único camino, el Nuevo Periodismo podría ser una de las respuestas. En un contexto como el latinoamericano, donde la realidad muchas veces excede a la imaginación, esta corriente puede aportar nuevas maneras de encarar e informar lo que sucede. Queda pendiente revisar si el contexto profesional periodístico hispanoamericano está preparado para emprender esta nueva empresa, y así dejar de lado los múltiples esfuerzos individuales, buscando alejarse de lo que la autora llama los “vicios del diarismo moderno”.

Los autores de este número

122 JUAN CARLOS COLÍN VAUGHAN

Maestrante del programa de posgrado “Planificación y gestión del periodismo” en la Universidad de Buenos Aires. Como parte de su tesis, investiga los perfiles y valores profesionales de periodistas deportivos en México. Ha colaborado en distintos medios periodísticos como el diario *Publímetro*, el portal *Eje Central* y la revista *Soccermania*. También ha colaborado en proyectos de investigación referentes al deporte dentro del Departamento de Comunicación de la Universidad Iberoamericana, Ciudad de México.

jcolinv@hotmail.com

FERNANDO GUTIÉRREZ ATALA

Doctor en Ciencias de la Información por la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid, España. Académico del Departamento de Información y Lenguaje Periodístico en Escuela de Periodismo de la Universidad Católica de la Santísima Concepción (UCSC), Concepción, Chile. Director del Magíster en Comunicación Creativa, mención Comunicación Estratégica y Mención en Producción Audiovisual y Multimedia UCSC y Director de la Editorial UCSC.

fgutierrez@ucsc.cl

RADAMANTO PORTILLA TINAJERO

Antropólogo social de formación, estudia la Maestría en Ciencias Sociales en la Universidad de Guadalajara donde realiza una investigación sobre los encuadres periodísticos en la cobertura del fenómeno del narcotráfico. Interesado por el estudio de los medios de comunicación, la cobertura noticiosa de la violencia, la inseguridad, el crimen organizado y los efectos pragmáticos y cognitivos de los mensajes mediáticos. Ha participado en congresos internacionales con la exposición de avances de investigación sobre coberturas del narcotráfico.
anthropomex@gmail.com

RAQUEL SAED GREGO

Es socióloga y maestra en comunicación por la Universidad Iberoamericana. Es maestrante en Estudios México-Estados Unidos por la Universidad Nacional Autónoma de México. Su principal interés está en el estudio y análisis de los medios de comunicación estadounidenses. Es profesora de asignatura en la Universidad Iberoamericana. Tiene estudios previos de arquitectura, campo en el que en ocasiones se desempeña.
raquelsz@yahoo.com

123

LUCANO ROMERO

Licenciado en Comunicación, periodista, locutor y productor de radio. Egresado del Instituto de Estudios Superiores de la Sierra, plantel Teziutlán, Puebla. Cuenta con un Diplomado en Comunicación y Administración Pública por la Escuela de Comunicación y Ciencias Humanas de la ciudad de Puebla. Becario del Programa “Prensa y Democracia” de la Universidad Iberoamericana, Ciudad de México, en otoño de 2011, en donde ganó el primer lugar entre proyectos de caso sobre análisis y prácticas de periodismo. Por su trabajo periodístico en materia de Derechos Humanos y Salud a través de la radio, ha obtenido diferentes premios y reconocimientos, entre los más recientes: el premio de reportaje radiofónico en la octava Bienal Internacional de Radio 2010, el Premio Nacional de Periodismo “Rostros de la Discriminación” 2009, el Premio Nacional de Documental Radiofónico 2008 “Voces, Cámara... Democracia”, y tres veces ganador del Premio Estatal de Periodismo “Mujer e Imagen en los medios” del Gobierno del Estado de Puebla.

superstarlion@gmail.com

MÓNICA LUENGAS RESTREPO

Tiene estudios de Maestría en Comunicación en la Universidad Iberoamericana y de licenciatura en Ciencias de la Comunicación en la Universidad Rafael Landívar (Guatemala). Trabajó como periodista cultural y política en Guatemala, en *el Periódico* y en su suplemento cultural *El Acordeón*, además de colaborar con otros medios y publicaciones. Actualmente trabaja como académica de tiempo completo en la Universidad Iberoamericana. Sus temas de investigación incluyen publicaciones sobre periodismo, sistemas mediáticos y la relación entre medios y violencia.

monica.luengas@ibero.mx

Guía de colaboradores

La *Revista Iberoamericana de Comunicación* acepta propuestas de colaboraciones académicas inéditas resultado de investigación en forma de artículos, ensayos, notas, reseñas bibliográficas y entrevistas que aborden temáticas referidas al campo de la Comunicación.

125

La extensión máxima de los textos de investigación deberá ser de 20 cuartillas a doble espacio, incluyendo las notas al pie de página, mismas que han de ser colocadas numéricamente al final de cada texto. Sólo en los casos excepcionales podrá rebasar este número, pero entonces se publicarán en varias entregas de la publicación. La extensión máxima de las notas será de 12 cuartillas y de las reseñas y entrevistas de 6 páginas.

Cada texto debe incluir en su inicio un breve resumen de un párrafo de extensión, mismo que ha de ser traducido al inglés (*abstract*) así como hasta cinco palabras clave, también traducidas.

Los cuadros, dibujos e ilustraciones deberán colocarse por separado al final de cada texto, señalando la página o parte donde va su inserción.

FORMATO PARA SU ELABORACIÓN

Se deberá escribir el texto a doble espacio en el procesador de palabras Word para Windows o procesadores compatibles y tamaño de letra en 12 puntos.

El archivo deberá titularse con el nombre del autor.

La coordinación editorial se reserva el derecho de someter las colaboraciones a una corrección de estilo.

ENTREGA

Los trabajos se entregarán como archivos adjuntos vía correo electrónico al editor en la dirección electrónica [carlos.rodriguez@ibero.mx].

El autor deberá conservar copia de su trabajo para ser reenviada en caso de serle solicitada.

Se entregará una copia del Currículum Vitae, donde deberá aparecer su teléfono laboral, particular, correo electrónico y la dirección postal donde, en caso necesario, pueda enviársele correspondencia. Es importante entregar una versión resumida del Currículum Vitae con los datos que desee que aparezcan como información complementaria a su trabajo. Se sugiere un párrafo con la fecha y lugar de nacimiento, intereses académicos actuales, grados académicos y puesto laboral actual y otro párrafo con las publicaciones más importantes, distinciones, etcétera.

Si se prefiere entregar el trabajo por correo postal o personalmente, dirigirse a: *Revista Iberoamericana de Comunicación* (RIC), Departamento de Comunicación, Universidad Iberoamericana Ciudad de México, Prolongación Paseo de la Reforma No. 880, Lomas de Santa Fe, C.P. 01210, México, D.F. Tel: 5950-4000, Ext. 4941.

126

El autor deberá acompañar el texto propuesto con una carta de cesión de derechos a la Universidad Iberoamericana para su publicación.

Una vez publicados los trabajos, el autor podrá utilizarlos libremente, pero deberá indicar que la primera publicación se hizo en la *Revista Iberoamericana de Comunicación* de la Universidad Iberoamericana Ciudad de México.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

La *Revista Iberoamericana de Comunicación* utiliza el Estilo APA, por lo que las referencias bibliográficas se escribirán y citarán como se presenta a continuación.

Para referencias de libros citar así:

Gubern, R. (1974). *Mensajes icónicos en la cultura de masas*. Barcelona, España: Lumen.

En el caso de que el autor tenga varios títulos publicados en el mismo año se citará de la siguiente manera:

Gubern, R. (1987a). *El simio informatizado*. Barcelona, España: Ediciones Péndulo.

——— (1987b). *La mirada opulenta. Exploración de la iconoesfera contemporánea*. Barcelona, España: Gustavo Gili.

Múltiples autores:

Kovach, B. y Rosenstiel, T. (2007). *The Elements of Journalism. What newspeople should know and the public should expect*. Nueva York: Three Rivers Press.

Para referencias a artículos en revistas:

Barther, R. (1964). *Réthorique de l'image*. *Communications*, 4(6), 40-51.

Cuando existen dos o tres autores en un artículo de revista, se escribe:

Cox, G., McCubbins, M. y Sullivan, T. (1984). Policy choice as an electoral investment. *Social Choice and Welfare*, 1(2), 231-242.

Para artículos de periódicos:

Morales, Y. (2012, 28 de mayo). El riesgo puede venir de las economías desarrolladas. *El Economista*. 10.

Referencias a tesis:

Anderson, R. (1990). La filosofía de la comunidad de comunicación trascendental en J. Habermas. Tesis doctoral en Ciencias Sociales. Universidad Iberoamericana, Ciudad de México.

127

Para citar artículos de internet:

Banco Mundial (BM). (2006). *Doing Business 2012*. Recuperado de [<http://bit.ly/ulh2ve>], fecha de consulta: 25 de enero de 2012.

Manuscript Guidelines:

- Manuscripts should contain a 100 word abstract.
- Submissions should usually not exceed 9500 words, including references, appendixes, endnotes, tables, and figures (keep endnotes to a minimum).
- The entire manuscript should be 1 ½ spaced: standard Times New Roman type size (12-point) and standard margins are required; tables should be understandable independent of text.
- Authors should submit manuscripts to [carlos.rodriquez@ibero.mx].

REVISTA IBEROAMERICANA DE COMUNICACIÓN

CUPÓN DE SUSCRIPCIÓN

• Nombre completo _____

• Dirección (calle, número exterior e interior) _____

• Código postal _____ • Ciudad _____ • País _____

• Correo electrónico _____ • Teléfono _____

Año	2011 (pesos)	2011 (dólares)
Ejemplar suelto	\$110.00	US\$ 15.00
Suscripción	\$200.00	US\$ 30.00

Beneficiario: Universidad Iberoamericana, A.C.
Banco: Banco Nacional de México, S.A.
Dirección: Prol. Paseo de la Reforma 880,
Lomas de Santa Fe, C.P. 01219 México, D.F.
Sucursal: 4254
No. de Cuenta: 0012592
Referencia Numérica: 1000011937
Referencia Alfanumérica: Nombre del depositante
Swift Code: BNMXXMM (sólo para transferencias en moneda extranjera)

Es necesario que en cualquier depósito se otorguen tanto la referencia numérica como la alfanumérica para fines de identificación y aceptación del Banco.

Para suscribirse, complete esta forma y envíela, acompañada de su comprobante de pago, al número de fax (55) 5950-4331.

Universidad Iberoamericana • Dirección de Publicaciones
Prolongación Paseo de la Reforma 880, Lomas de Santa Fe, C.P. 01219, México, D.F.
Tels. (55) 5950-4330 y (55) 5950-4000, ext. 4919, 7600 y 7330, Fax: (55) 5950-4331
e-mail: publica@uia.mx