

Organización, burocracia y profesión: determinación institucional de las comunicaciones sociales.

Gabriel G. Molina*

1. Propósitos

El presente ensayo tiene dos objetivos principales: en primer lugar, pretende presentar una propuesta para el análisis interno de las organizaciones de medios desde una problemática de la determinación de las comunicaciones que ellas industrialmente producen. En segundo lugar, intenta mostrar un conjunto de objetos y problemas de estudio que son empíricamente explorables a partir de esta perspectiva en el caso específico de la producción periodística.

2. La producción industrial de comunicaciones rebasa la capacidad descriptiva del análisis del discurso.

La preocupación acerca de la diversidad de contextos y factores que determinan las formas y contenidos de las comunicaciones sociales ha producido un importante número de contribuciones. En los últimos años, en México se ha desarrollado un conjunto de trabajos que ha tenido como objeto las "condiciones de producción" de los discursos de las organizaciones de medios.

Estos trabajos se han inspirado en una amplia gama de perspec-

* Director del Departamento de Comunicación, Universidad de las Américas, Puebla.

tivas que se originan a partir de alguna teoría del discurso. En su mayoría, los trabajos se ubican al interior de la problemática de la determinación de las ideologías o significados sociales; es decir, intentan describir el conjunto de circunstancias sociales, formales y accidentales que configuran la construcción de sentidos. Una segunda característica de estos trabajos es que invariablemente el análisis se circunscribe exclusivamente al *discurso* como su objeto de estudio.

Tomados, en conjunto, los trabajos mencionados parecen partir dos presuposiciones básicas: (A) la noción de que los discursos poseen en su estructura subyacente marcas o "huellas" de sus "condiciones" de producción o enunciación; y (B) que es posible, a partir de un cuidadoso análisis de la estructura de los contenidos, hacer inferencias acerca de la naturaleza social del momento mismo de la producción.

Sin restarle méritos a la capacidad de estos estudios para describir los procesos de significación, este ensayo sugiere algo radicalmente diferente: que en el caso de las comunicaciones industrialmente generadas, el análisis del momento de la producción requiere de un estudio independiente: un vistazo inteligente a la vida interna de las instituciones generadoras de comunicaciones.

3. El área Industrias Culturales del PROGRAMA CULTURA.

Este punto de partida se inspira en una área prioritaria de investigación del PROGRAMA CULTURA (sede en la U. de Colima, México), la cual se refiere directamente a la problemática de la producción cultural *institucional*.

En proporciones crecientes, el conjunto de comunicaciones con mayor circulación en nuestra sociedad es producido por organizaciones complejas. La propuesta básica del PROGRAMA CULTURA es que para comprender la especificidad de ese inmenso flujo heterogéneo de comunicaciones —característica fundamental de la cultura contemporánea— es necesario conocer a las organizaciones que lo producen. Las comunicaciones "industriales", a diferencia de otros elementos culturales no-organizacionales, encuentra su determinación particular en el conjunto de reglas tanto institucionales como burocráticas y profesionales, las cuales le confieren sus géneros, formas y demás rasgos característicos.

4. Organización, burocracia y mediación profesional.

En principio, el análisis interno de las organizaciones de medios que aquí se propone comparte la problemática de la determinación anteriormente referida su objetivo es describir y explicitar las lógicas, dinámicas y factores que regulan el rango, la forma y el contenido de las comunicaciones industrialmente producidas.

El análisis interno comprende un estudio de tres dimensiones presentes en cualquier organización de medios: las dimensiones burocráticas, institucional y profesional. En síntesis, el análisis del funcionamiento burocrático se refiere al grado de racionalidad y eficiencia operativa y administrativa de la producción cultural dentro de organizaciones complejas. Muestra así, el índice de determinación "operativa" sobre los productos culturales concretos.

El análisis de la dimensión institucional, por su parte, consiste en un estudio de la manera en la cual las instituciones de medios orientan la producción de comunicaciones para la satisfacción de sus objetivos centrales o, en términos más específicos, de su "sistema formal". Este tipo de análisis intenta describir el conjunto de lógicas, objetivos, estrategias y prácticas que son introducidas al interior de las organizaciones para maximizar su rendimiento global.

Por último, el examen interno de las organizaciones de medios pretende analizar el fenómeno de la mediación profesional. Este análisis se compone de dos partes: la primera consiste en examinar la relación que existe entre la estructura ocupacional de la institución y su sistema político interno. Ello implica identificar los tipos diferenciados de estrategias que los profesionales definen, desarrollan y promueven para asegurar un control relativo de sus ocupaciones y, asimismo, consolidar posiciones más favorables en la jerarquía organizacional. Ello también incluye un examen de la cultura ocupacional de los comunicadores, estableciendo el origen y la naturaleza de sus concepciones acerca del trabajo que realizan, las necesidades de sus audiencias y de su profesión en general.

5. El caso de las organizaciones noticiosas.

En búsqueda de las principales "fuentes de determinación de lo noticioso", un grupo de investigadores le han asignado un peso específico a alguna de las tres dimensiones anteriormente definidas. Sin embargo, un estudio comprensivo y preciso de los procesos de la producción noticiosa se beneficia enormemente de la incorporación integral de un análisis de la modulación específica que cada

una de las tres dimensiones ejerce sobre los contenidos y las semantizaciones de los "hechos-noticia". Las líneas siguientes llevan el propósito de ejemplificar la puesta en práctica de un análisis interno de las organizaciones de medios en el caso particular de la producción de noticias. Desafortunadamente, en la presentación de la agenda de problemas y objetos de investigación me veo obligado a referir mayoritariamente trabajos de la tradición anglo-estadounidense, dentro de la cual han florecido este tipo de estudios.

La razón del creciente interés en las noticias es particularmente significativa: cada día, en cualquier sociedad, se genera un gran número de acontecimientos —quizás millones de ellos—. Si se considera que cada uno de ellos puede ser semantizado en múltiples y variadas modalidades, el universo potencial de hechos-noticias resulta enorme. No sólo es considerable la magnitud de la vida en sociedad sino infinitas las posibilidades de su semantización.

Sin embargo, sólo unos cuantos eventos son considerados y construidos como noticias; un porcentaje mínimo es atrapado por las redes de acopio noticioso, seleccionado en las salas de redacción, procesado y después presentado a las diversas audiencias para su recepción. Más aún, de un universo potencial de hechos sociales, el discurso noticioso efectúa una distribución desigual de su espacio semántico: sólo un número reducido de actores, temas y geografías es presentado y legitimado como el acontecer cotidiano del sistema social.

Desde luego, tales discriminaciones revelan la existencia de criterios valorativos tanto explícitos como implícitos al interior de las organizaciones productoras acerca de "lo noticiable" y de las pautas para su presentación (una cuestión que en el jargón académico se ha denominado 'Valores Noticiosos'). Por otra parte, estos criterios no constituyen variables independientes, sino que se encuentran fuertemente delimitados por estructuras institucionales diversas. Cuestiones tales como el entrenamiento de periodistas, sus criterios de profesionalismo, sus ideologías ocupacionales, control y autoridad, y otras más, se han erigido, así, como objetos legítimos de estudio.

Un primer grupo de estudios posee como foco de atención las formas en las cuales el flujo noticioso se encuentra limitado por su sistema operativo de acopio y procesamiento; otro grupo de estudios le asigna igual importancia a las normas profesionales de los periodistas y su interacción entre colegas, ocupación y organización. Finalmente, en tanto que crecientemente las organizaciones modernas de noticias forman parte de conglomerados complejos,

se ha iniciado un estudio sobre las demandas institucionales ejercidas sobre los procesos de acopio, selección y presentación de noticias.

6. La dimensión burocrática de la producción noticiosa.

¿Hasta qué punto las demandas operativas del ciclo noticioso determinan el rango del acopio noticioso, las definiciones de lo que es una noticia y sus formas de presentación? Esta es una de las primeras interrogantes hacia donde apunta la presente propuesta de análisis.

La investigación realizada por un grupo notable de autores (Tuchman 1972, 1973, 1977 y 1978; Fishman 1980, 1982; Schlesinger 1978; Golding y Elliot 1979; Altheide 1976; Roscho 1975; y Westin 1982) considera la necesidad organizacional básica de combatir la variabilidad en los procesos de producción como una preocupación inicial: los procesos de rutinización del trabajo al interior de las organizaciones noticiosas. Esta preocupación, ilustrada por las palabras de Gaye Tuchman, pregunta: "(1) ¿Cómo puede una organización procesar en forma rutinaria eventos impredecibles?; (2) ¿Cómo le hacen los periodistas para disminuir la variabilidad de los eventos que representan la materia prima para el discurso noticioso?" (1973:110). Si parecía casi obvio que las rutinas eran esenciales para cualquier burocracia moderna, extender el análisis a la producción de noticias posee algunas implicaciones importantes.

Una de las principales es que, al examinar la influencia de los mecanismos burocráticos u "operativos" sobre el acopio, la selección y presentación de "eventos-noticia", este tipo de análisis supera los debates circulares y convencionales acerca de la manipulación o los "sesgos" deliberados y al mismo tiempo ubicaba la discusión alrededor de los problemas acerca del control y la determinación estrictamente burocráticos.

Los "ciclos noticiosos" y los procesos de "anticipación" se convirtieron en asuntos de interés recurrente. Además, a juzgar por el nuevo material empírico disponible, estos factores constituyen mecanismos reguladores importantes para las estructuras de planeación noticiosa. Los estudios realizados han mostrado consistentemente "un apoyo considerable sobre una estructura de planeación que crea una agenda rutinaria de eventos predecibles, los cuales se convierten en una especie de 'columna vertebral' de los requisitos de producción para cada día" (Schlesinger, *op cit*: 79).

Las expectativas que los periodistas desarrollan a través de la repetición del conjunto estable de rutinas constituyen también una

parte del problema. Con el fin de obtener un mayor grado de control sobre su ocupación, los profesionistas de una organización noticiosa anticipan el desarrollo probable de sus notas. Entre otras cosas, esta observación invalida la creencia periodística de que las noticias no son otra cosa que "el resultado aleatorio de circunstancias aleatorias".

Por un lado, algunas explicaciones derivadas de la Fenomenología o del Interaccionismo Simbólico (Tuchman, 1978 y Fishman, 1980 y 1982) sugieren que los arreglos anticipatorios se encuentran enraizados en la cultura ocupacional de los periodistas bajo la forma de "tipologías" o "esquemas de interpretación": categorías que les permiten a los reporteros "clasificar" la realidad que observan en forma rápida, actuar vertiginosamente y producir una nota de acuerdo a patrones pre-establecidos. El estudio que Gaye Tuchman condujo acerca de reporteros en Nueva York mantiene que las "tipologías" eran evocadas regularmente para distinguir entre noticias "fuertes", "suaves", "de control remoto", "en desarrollo" o "continuas" (1978:47 y sgtes.).

Desde una perspectiva similar, el trabajo de Mark Fishman subraya el valor convencional de las noticias y examina con mayor cuidado los mecanismos que "tejen la red noticiosa". Fishman sugiere que en el centro de la definición de un evento como "noticia-ble" se encuentra un conjunto de "estructuras de fase", que no son otra cosa sino esquemas de interpretación compartidos entre los periodistas. Esto garantiza el carácter consensual de los criterios de lo noticioso y la uniformidad en las salas de redacción. Los individuos que no comparten los mismos esquemas de interpretación "pueden ver diferentes eventos en un mismo acontecimiento" (1982:221). Hechos sociales que no se consideran noticias son aquellos que no pueden ser vistos bajo un cierto esquema de interpretación pero pueden serlo bajo uno distinto.

Desde una perspectiva de la sociología de las ocupaciones, se ha sostenido también que las notas se predefinen por una "perspectiva noticiosa", la cual funciona como "una forma estructurada de simplificar eventos" (Altheide 1976:9), cuya adopción es motivada por la organización práctica de las noticias. Los eventos se convierten en noticias debido a que son transformados por la "perspectiva noticiosa" y no por sus características objetivas. Se añade que los eventos son alterados por las expectativas que los periodistas ejercen acerca de lo que consideran importante y, aún más, por las conexiones retrospectivas que los reporteros realizan con otros eventos.

Una segunda implicación importante del estudio de las rutinas, expectativas y anticipaciones es que en realidad se abre un debate acerca del grado de validez de la noción de "objetividad" que los

profesionales de la noticia esgrimen para justificar su "corte" de la realidad social. Aquí también, los estudios presentan algunos problemas; el contexto "operativo" de las noticias (particularmente en radio y TV) parece poner serias dificultades para la obtención de la exhaustividad en la cobertura noticiosa. En primer lugar, debido a las demandas del "ciclo noticioso" (Schlesinger, 1978; Westin, 1982). En segundo lugar, a la dependencia fuerte sobre "fuentes regulares" de notas (Roscho, 1975). En tercer lugar, debido a la insuficiente disponibilidad de material, recursos (Golding y Elliot, 1979) y de fuentes (Altheide, 1976). Finalmente, a causa de la propia complejidad del medio, en el caso particular de la televisión (Epstein, 1973 y Schlesinger, 1978).

Más que en términos de una supuesta "Metáfora del Espejo", la 'objetividad' se ha definido por los investigadores como una estrategia ocupacional (Tuchman, 1972). Como ella misma lo dice:

"al discutir el contenido y las relaciones inter-organizacionales, el periodista únicamente puede invocar a su propio juicio noticioso: sin embargo, puede apelar a la objetividad a través del uso de procedimientos de cita, los cuales ejemplifican los atributos formales de una noticia o un periódico... 'objetividad' puede ser vista como un ritual estratégico que protege a los periodistas de los riesgos de su profesión" (*ibid*:660).

7. La dimensión profesional en la confección noticiosa

Desde nuestra perspectiva, la cuestión del profesionalismo entre los periodistas se concibe como el puente que llena el hueco entre los profesionales de la noticia y sus audiencias. El conjunto de material empírico disponible ha demostrado con solidez que en la tarea periodística cotidiana el contacto entre periodistas y sus audiencias es mínimo. Bauer fue uno de los primeros analistas en señalar que los reporteros se apelan entre sí o a otros grupos de referencia (incluyendo a sus fuentes) y no a la audiencia manifiesta. En forma similar, se ha enfatizado el papel mediador que juegan el *ethos* y las ideologías profesionales en la relación entre los periodistas, sus organizaciones y las audiencias.

Además, sin importar los énfasis particulares que ponen los investigadores en un punto u otro, existe consenso en que el "eslabón perdido" entre periodistas y audiencias no representa algo así como un "vacío neutral", sino una entidad cultural que se encuentra fuertemente moldeada por una variedad de factores, entre los que

se encuentran la posición misma de los periodistas en la estructura ocupacional general, el sistema político interno de las organizaciones noticiosas y sus mecanismos de control, por no apuntar algunos otros que se derivan del sistema social global. Los párrafos siguientes pretenden ofrecer algunos contextos al interior de los cuales se puede ubicar los criterios que los periodistas utilizan frecuentemente para evaluar sus prácticas y sus productos.

Los juicios de los periodistas tienen una gran influencia en la selección de "hechos-noticia" y su procesamiento y presentación. Sin embargo, la cuestión de si los "Valores Noticiosos" son de los individuos o de la organización donde trabajan ha abierto un interesante debate en el campo de la sociología del periodismo. La pregunta crucial es, quizás, ¿quién define los Valores Noticiosos?

Una primera posición esta representada en la noción de que los valores de los periodistas no son otra cosa sino la suma de sus orientaciones individuales. Esta línea se encuentra muy bien ilustrada en la opinión de un vice-presidente de la cadena americana CBS quien, citado en Epstein (1973:200-201) afirma que los noticieros televisivos son "claramente liberales debido a que la abrumadora mayoría de quienes los producen tienden, casi por instinto, a tener orientaciones liberales".

La "autonomía" de los periodistas tanto en la prensa como en los medios electrónicos se expresa más frecuentemente en las palabras de los ejecutivos de las organizaciones noticiosas, pero también queda implicada por el trabajo académico de algunos investigadores. Michael Robinson, por ejemplo, apoya esta visión aunque de una forma claramente más sofisticada. Robinson demanda la promoción de un modelo de "análisis actitudinal", sosteniendo que las actitudes políticas (de los periodistas) deberían ser reconsideradas como un elemento importante de la cobertura nacional de noticias y de la toma de decisiones.

En el otro extremo, algunos analistas se basan en la idea de que en cualquier organización compleja, y en particular aquellas en el campo del periodismo electrónico, los individuos tienden a comprometerse con su organización más que con principios amplios de "autonomía periodística". Más todavía, se sostiene que los individuos "amoldan" sus valores en función de —y en concordancia con— las necesidades organizacionales más apremiantes. El trabajo de Edward Epstein se enmarca en esta línea. Como lo hace notar en su aclamado estudio (1973), en las cadenas de televisión "se espera que los periodistas se amolden a una cierta imagen de cobertura noticiosa, aún en el caso que tengan que modificar sus propios valores" (p. 202).

No sólo la organización aparece como una fuente importante de determinación. La misma ocupación, también, merece una atención especial. Philip Schlesinger ha hecho notar en un número de contribuciones (*v.gr.*, 1978) la influencia tan grande que ejercen las concepciones (tan finas) del tiempo en la cultura ocupacional de los periodistas. Philip mantiene que la estructura de competencia que define a los programas noticiosos como mercancías de corta duración requiere de una estructura de producción orientada hacia el valor de 'inmediatez' y hacia los horizontes de un ciclo diario.

Un tema adicional en la cuestión de la definición de los "Valores Noticiosos" de acuerdo a los criterios del profesionalismo es precisamente el control de su aprendizaje y su cumplimiento: ¿cómo se asegura el flujo interno y el cumplimiento de los valores de una organización noticiosa? y, en base a la naturaleza tan consensual del juicio noticioso al interior de una organización compleja, ¿cómo se establece un juicio noticiosos homogéneo y consensual?

Un entendimiento adecuado de esta parte del problema requiere de un análisis detallado de la estructura interna de autoridad de una organización, su sistema político interno y su estructura ocupacional. En este sentido, uno de los aspectos centrales a ser estudiados son los centros internos de poder y de legitimación y las estrategias contradictorias y hasta opuestas que los profesionales diseñan y promueven para asegurar posiciones más favorables en la jerarquía organizacional. Los centros de poder quedan frecuentemente ilustrados en la estructura interna de autoridad, mientras que las estrategias se encuentran imbricadas en el sistema político interno de la organización noticiosa.

Las formas utilizadas para letigimar e internalizar la autoridad y los objetivos centrales de una organización constituyeron temas importantes en el trabajo de Max Weber. Fuentes más contemporáneas han apuntado hacia los modos en que la autoridad es ejercida y, debido a que las organizaciones difieren en el grado de autonomía otorgado a sus periodistas, los debates acerca de la administración del personal noticioso aún permanecen en los términos de los modelos contradictorios de la "Autonomía Responsable" y del "Control Directo".

Un acercamiento paralelo al problema de la legitimidad interna y de la fijación y modulación de valores profesionales ha sido proporcionado por desarrollos recientes en la Sociología de las Organizaciones, en particular los debates acerca del comportamiento irracional en las organizaciones y de los intereses de grupo contradictorios en su interior.

En primer lugar, una gran parte del pensamiento postWeberiano

ha encarado con realismo el hecho de que la vida organizacional está plagada de irracionalidad. En segundo lugar, con la llegada de acercamientos estructurales y de contingencia, los analistas se han concentrado sobre la naturaleza de los sistemas políticos internos a las organizaciones. Su análisis comienza con la noción de que los objetivos de la organización no son compartidos homogéneamente por todos y cada uno de sus miembros. Esta idea se complementa con idea de "competencia interna" entre departamentos, a través de los cuales tanto individuos como grupos se enfrentan entre sí para obtener las posiciones más ventajosas de la estructura organizacional (Burns, 1966).

En su estudio de la televisora inglesa BBC, por ejemplo, Tom Burns muestra su preocupación por la interacción singular que encuentra entre el conjunto de objetivos centrales, la estructura ocupacional y el sistema político interno. Lo que le parece ver es una organización muy segmentada en los planos tanto horizontal —donde se registra un importante número de distintos departamentos— como vertical —incorporando una estructura de grados muy amplia—. En esta situación, dice Burns, los diversos departamentos parecen interactuar tanto en competencia como en colaboración y los ejecutivos parecen perder contacto con los estratos del personal creativo, los cuales se supone deben administrar. Lo que pasa en consecuencia, concluye Burns, es que los sistemas ocupacional y político se vuelven, en la práctica, más importantes para el personal que el cumplimiento de los objetivos centrales de la BBC.

8. La dimensión institucional de las noticias.

Las limitaciones de los estudios que sobrevaloran el rol de los criterios "profesionales de lo noticiable" en la producción de noticias también han sido expuestas por un segundo tipo de estudios, cuya preocupación principal ha sido describir y explicar los imperativos de tipo corporativo o institucional sobre la operación noticiosa.

El primer mérito de este tipo de estudios ha sido cambiar el énfasis: mientras que algunos estudios se concentran sobre los criterios de "lo noticiable", y otros sobre la "dimensión operativa" y "profesional" del proceso, los análisis de la dimensión corporativa o institucional parten de un examen de los intereses centrales de las organizaciones y de sus ambientes externos para observar las formas en las cuales la operación noticiosa se orienta a la satisfacción y la promoción de sus objetivos "centrales".

El predominio de criterios de tipo económico sobre la produc-

ción noticiosa ya ha sido mostrado con bastante claridad tanto por estudios de organizaciones de periódicos (ver las ilustraciones de Hirsch y Gordon, 1975, sobre las preocupaciones institucionales acerca del gasto publicitario que reciben los periódicos y sobre su circulación). Una de las principales innovaciones de Jay Epstein (1973) fue precisamente extender este interés al terreno de la producción noticiosa audiovisual, como él mismo lo apunta: "Antes de que las noticias puedan ser debidamente entendidas como una actividad profesional de los periodistas, es necesario entender la actividad de negocios que se realiza en función del proceso global debido a que forma parte activa de él e incorpora una propia lógica" (1973:79). Su descripción de la "lógica económica" muestra que las noticias están fuertemente influenciadas por un principio que, en pocas palabras, privilegia la maximización de los *ratings* como el objetivo central de la organización. La lógica parece ser muy simple: con ganancias obtenidas predominantemente a través de tiempo para comerciales y con costos fijos de producción, el valor de la programación de las cadenas de TV está en función del número de personas que vean su imagen. Fuerte competencia, una preocupación casi obsesiva con la obtención de altos *ratings* y la presunción de que las audiencias primarias siguen un flujo de canal, todos estos factores influyen la producción de las noticias.

Un criterio complementario emana de la dependencia de las organizaciones respecto al exterior, y en particular con respecto a aquellas instancias que regulan tanto formal como informalmente el flujo de información. Con frecuencia, las organizaciones de medios electrónicos operan al interior de un sistema de permisos y concesiones, los cuales son otorgados por el Estado y regulados por un conjunto de leyes y normas. A diferencia de la prensa, por ejemplo, las organizaciones del periodismo electrónico están sujetas a un tipo adicional de restricciones, las cuales conforman en gran medida el ambiente organizacional externo.

En el caso de México, un trabajo próximo a publicarse (Molina, Ph. D. Thesis) muestra las características de los imperativos corporativos sobre la producción de noticias televisivas en la cadena comercial más importante del sub-continente latinoamericano. La influencia de los criterios corporativos se manifiesta en por lo menos cuatro dimensiones: (a) la segmentación de los teleauditorios; (b) la centralización de la actividad noticiosa y la creación de un programa "emblema"; (c) la promoción de intereses corporativos; y (d) la valoración del entretenimiento como una función principal de los noticieros.

Es el estudio de esta dimensión lo que permite realizar un diag-

nóstico del papel de los noticieros en sociedades en vías de desarrollo, particularmente en aquellas donde las cadenas comerciales se establecen como "modelo". Si bien las dimensiones burocráticas y profesionales imprimen su característico sello sobre la naturaleza de la programación producida, se puede proponer, a nivel de hipótesis de trabajo, que en condiciones parecidas a las de México, las determinaciones anteriormente citadas establecen las reglas primarias de significación, sobre las cuales el raciocinio corporativo puede ejercer y legitimar su dominio.

9. Evaluar la acción mediadora de las organizaciones de medios internamente.

Existe todo un universo de temas, problemas y objetos de investigación que han permanecido en la vida privada de las organizaciones de medios. Esta vida secreta, sin embargo, es responsable de fraguar las comunicaciones que reciben la mayor circulación en nuestras sociedades. Pero, para entender su especificidad, es necesario trascender el umbral institucional y conocer las dinámicas que regulan su proceso de producción. El conocimiento que se derive del esfuerzo colectivo en esta dirección no sólo habrá de explicitar los factores que determinan y modulan las comunicaciones que recibimos y usamos. Quizá más importante todavía, este conocimiento es imprescindible para evaluar, con mayor seriedad, la acción mediadora que realizan las organizaciones de medios, entre el acontecer y nosotros, sus audiencias.

Referencias:

- ADAMS, W. y Scribman F., eds. (1978) *Television network news*. George Washington University.
- ALTHEIDE, D. (1976) *Creating reality: how T.V. news distorts events*. Sage Publications, Beverly Hills.
- BREED, Warren. (1955) "Social Control in the Newsroom: a Functional analysis". *Social forces* 32: 326-335.
- BURNS, Tom. (1966) "On the plurality of Social systems", en Lawrence J.R. (ed). *Operational research and the social sciences*. Tavistock, London.
- CARTER, R. (1958) "Newspaper Gate-Keepers and their sources of news". *Public opinion Quarterly* 22: 133-144.
- COLIGNON, R. y Cray D. (1979) "New Organizational Perspectives: Critiques and Critical organizations", in Zey-Ferrell, M. And Aitken, M. (eds). *Complex organizations: critical perspectives*. Scott, Foresman and company. Glenview, Illinois.
- ELLIOT, Philip. (1978) "Professional Ideology and Organizational change: The Journalist since 1800", in Curran, J. *et al* (eds.) *Newspaper history*, Constable: 172-191. London.
- EPSTEIN, Edward Jay. (1973) *News from nowhere: Television and the News*. Random House, New York.
- FISHMAN, Marck. (1980) *Manufacturing the news*. Univ. of Texas Press, Austin, (1982) "News and non-events: making the visible invisible", in Ettema, J. and Whitney, D. *Individuals in mass media organizations*. Sage. Vol. 10 Annual Reviews of Communication Research, London.
- GIEBER, Walter. (1960) "How the gatekeepers view Civil Liberties News". *Journalism Quarterly* 37: 199-205. (1964) "News in What newspapermen make it", in Dexter L.A. and White D. (eds) *People society and mass communications*. Free Press, New York.
- GOLDING, P. y Elliot, P. (1979) *Marking the news*. Longman, London.
- HIRSCH, F. y GORDON, D. (1975): *Newspaper money*. Hutchinson London.
- HIRSCH, P. *et al* (eds) (1977): *Strategies for communication research*, Sage Publications: Reviews of Communication Research, Vol. 6. London.
- LIPPMANN, W. (1922): *Public opinion*, Free Press, N.Y.

- MOLINA, Gabriel. (ph D. Thesis): *The making of mexican television news*. Ph. D. Dissertation. Centre For Mass Communication Research, University of Leicester, U.K.
- ROGERS, Everett y ANTOLA, (19837: *Telenovelas in Latin America*, paper presented at the International Communication association, Dallas.
- ROSCHO, Bernard (1975) *Newsmaking*. The University of Chicago Press.
- SCHLESINGER, Philip (1978) *Putting reality together*. Constable, London.
- SINCLAIR, John (1986) "Dependent development and broadcasting: 'The Mexican Formula' " in *Media culture & society*, Vol. 8, No. 1, January: 81-102.
- TUCHMAN, Gaye (1972) "Objectivity as strategic ritual: an examination of newsmen's notions of objectivity", *American Journal of Sociology*: 660-79. (1973) "Makin news by doing work: routinizing the unexpected", in *American Journal of Sociology*: 79, 110-131. (1977) "The exception proves the rule: the study of routine news practices", in Hirsch, P. *et al* (eds). *Strategies for communication research*: 43-62 Sage Publications, London.
- TUCHMAN, Gaye. (1978) *Makin news*, The Free Press, Macmillan.
- TUNSTALL, Jeremy (1970) *Journalists at work*, Constable, London.
- UNESCO (1970) *Censo de población*, México.
- WESTIN, Av. (1982) *Newswatch: how TV decides the news*, Simon and Schuster, New York.
- WHITE, David M. (1964) "The gatekeeper: a case study in the selection of news", in Dexter L.A. and White *Op cit*.
- WHITNEY, Charles (1982) "Mass Communicator studies. Similarly, difference and levels of analysis", in Ettema, James and Whitney, D. (eds) *Individuals in mass media organizations: creativity and constraint*. Annual Reviews of Communication Research Vol. 10 Sage Publications.
- ZEY-FERREL, Mary y AITKEN, Michael (eds) (1981) *Complex organizations: critical perspectives*. Scott, Foresman and Company, Glenview, Illinois.