

- SMITH-SHOMADE, B. (2004). Narrowcasting in the New World Information Order. A Space for the Audience? *Television & New Media*, 1(5).
- STÖBER, R. (2004). What Media Evolution Is. A Theoretical Approach to the History of New Media. *European Journal of Communication*, 4(19).
- SYVERSTEEN, T. (2004). Citizens, Audiences and Players. A Conceptual Discussion of the Relationship Between Broadcasters and their Public. *European Journal of Cultural Studies*, 3(7).
- TINKNELL, E. Y PARAVTI R. (2002). Big Brother. Reconfiguring the Active Audience. *European Journal of Cultural Studies*, 2(5).
- VANDEBOSCH, H. (2000). A Captive Audience? The Media Use of Prisoners. *European Journal of Communication*, 4(15).
- VAN DEN BULCK, J. (2004). The Relationship between Television Fiction and Fear of Crime. An Empirical Comparison of Three Causal Explanations. *European Journal of Communication*, 2(19).
- VAN ZOONEN, L. (2001). Desire and Resistance. Big Brother and the Recognition of Everyday Life. *Media Culture & Society*, 5(23).
- VYNCKE, P. (2002). Lifestyle Segmentation. From Attitudes, Interests and Opinions, to Values, Aesthetics Styles, Life Visions and Media Preferences. *European Journal of Communication*, 4(17).
- WINOCUR, Rosalía. (2005). Radio and Everyday Life. Uses and Meanings in the Domestic Sphere. *Television & New Media*, 3(6).

### Fuentes electrónicas

WIKIPEDIA, la enciclopedia libre. (2007). Second Life. [http://es.wikipedia.org/wiki/Second\\_Life](http://es.wikipedia.org/wiki/Second_Life).

# Dimensión cotidiana del periodismo, rutinas y sedimentación del sentido en la producción de comunicación pública

Salvador de León Vázquez

*La comunicación —como la cultura— es creatividad,  
pero también es la actividad de permanente  
construcción y reproducción de la vida social y  
cotidiana de los hombres y las mujeres,  
tanto individual como institucional y colectivamente.*

Eduardo A. Vizer (2003:157)

## Introducción

*El texto presenta una exploración teórica de la dimensión cotidiana en el estudio de la producción periodística. Las reflexiones del sentido común suelen identificar en el periodismo el rasgo de la narración del hecho insólito y espectacular; sin embargo,*

los análisis situados de las prácticas periodísticas dan cuenta de rituales, rutinas y valoraciones con las que los informadores proceden ancladas en la dimensión de la vida diaria. Bajo esa clave se revisan algunos de los procesos por los cuales el periodismo se ha legitimado como la forma simbólica capaz de ofrecer narraciones verídicas del acontecer por antonomasia.

La primera parte del documento ofrece una reflexión sobre la relación entre vida cotidiana y periodismo que, en un primer momento, puede parecer extraña debido a las características que se han adjudicado a las narraciones periodísticas como su espectacularidad o su supuesto contenido insólito, mientras que la vida cotidiana se ha asociado a lo rutinario, estable y repetitivo. Pero al profundizar observamos la pertinencia de tomar en cuenta la dimensión cotidiana para llegar a una comprensión a fondo de las prácticas periodísticas y su papel en la construcción de sentido del mundo que nos rodea.

Posteriormente, se presenta una propuesta de integración de la dimensión cotidiana en el análisis del periodismo contemporáneo, tomando en cuenta cuatro ejes de articulación que tienen que ver con: a) la parte operativa de la producción informativa (prácticas periodísticas), b) las condiciones estructurales que determinan las características de la industria periodística en nuestras sociedades industriales y capitalistas (producción social de comunicación pública), c) los factores socioculturales que orientan la atención de los medios y, por ende, la elaboración de su agenda temática (selección del acontecer y establecimiento de la agenda), y d) las condicionantes políticas y económicas que dirigen la producción periodística.

Finalmente, las conclusiones presentan una integración de lo expuesto a fin de argumentar el papel de las actividades rutinarias en la sedimentación del sentido, es decir, cómo las acciones que llevan a cabo en el día a día los sujetos vinculados con la producción periodística se convierten en un conjunto de prácticas que para los periodistas representan una base que les permite tener certeza sobre

lo que significa el mundo y los acontecimientos que en él se llevan a cabo, en pocas palabras: interpretar la realidad.

## Vida cotidiana y periodismo

Si se alude a los significados que el pensamiento de sentido común pueda evocar de los términos vida cotidiana y periodismo, es decir, aquellos significados que proceden de nuestra experiencia directa en el mundo y no de una teorización complicada, nos encontramos con una oposición no fácilmente reconciliable: el periodismo parecería apuntar hacia la narración de acontecimientos espectaculares, insólitos, o por lo menos inéditos; mientras que la idea de vida cotidiana nos remite hacia condiciones recurrentes en el diario devenir de la vida individual, y, por lo tanto, repetición de pautas que poco tienen de inéditas, insólitas y mucho menos de espectaculares.

Si no se pierde la capacidad de producir extrañamientos o generar sorpresa de lo que aparece como *normal*, y si se hace una lectura crítica y atenta de nuestra realidad social, periodismo y vida cotidiana pueden conciliarse. Las pequeñas acciones diarias se han concentrado a lo largo de la historia occidental, al grado de conformar una gran estructura social por medio de los actos de los sujetos, quienes por ese mismo proceso pueden dar cuenta de su realidad y otorgarle sentido (Luckman y Berger, 2006), y ofrecen de la dimensión cotidiana un marco de procesos complejos y multidimensionales. Tomar tres alimentos al día, salir al trabajo, mirar la televisión, programar los momentos de esparcimiento, cumplir con roles que hemos asumido, entre otras cosas, constituyen el resultado de complejos procesos de socialización que hemos interiorizado a través de un aprendizaje que inicia con el propio nacimiento, y poco a poco va conformando los elementos de nuestra vida cotidiana, la cual no se agota en las vivencias personales de los sujetos, pues —como nos lo hace notar Vizer en el texto reproducido como epígrafe— la coti-

dianidad se verifica tanto en lo individual como en lo institucional y en lo colectivo, y más aún en otras dimensiones emergentes como lo global.

En este mismo libro, Genaro Zalpa pone de manifiesto la complejidad de la vida cotidiana y lo problemática que ha resultado en la historia de la sociología la búsqueda de categorías analíticas que permitan abordarla.

En lo que se refiere al periodismo, al analizar las prácticas por medio de las cuales se producen las noticias, se encuentra que lo común es el seguimiento cotidiano de pautas rutinarias y repetitivas que tienen como finalidad otorgar certidumbre a la búsqueda de información. En lugar de buscar noticias de manera incierta, el periodista procede por sistematicidad en el acercamiento con actores sociopolíticos que constantemente generan información (fuentes informativas) y que institucionalmente ofrecen datos verídicos y válidos, pues en la estructura social aparecen como conocedores oficiales de la realidad (Fishman, 1983; Wolf, 1997; Hernández, 1995; De León, 2003). Por lo tanto, el periodismo también tiene poco de espectacular, y cuando lo espectacular se presenta, en muy raras ocasiones tiene relación con las prácticas periodísticas en sí mismas.

Los trágicos acontecimientos del 11 de septiembre (9/11) de 2001 en Nueva York —para hablar de un suceso tan espectacular que se ha convertido en hito— a pesar de haber sido documentados en vivo por las más importantes cadenas productoras de noticias estadounidenses, su cobertura no obedeció ni por un momento a las prácticas comunes del periodismo, sino a un plan de ataque terrorista que empató su tiempo con el horario de transmisión de noticieros. En ese sentido su ocurrencia tiene más una forma de estrategia de guerra que obliga a su cobertura periodística, que la búsqueda de los medios por la noticia. Por supuesto que los productores de noticias lo apropiaron en el momento para la cobertura que realizaban, situación que, como plantea Berkowitz (1992), ocasionó una transgresión de las prácticas periodísticas rutinarias en el momento de su

interrupción, sólo para volver a su estado normal una vez superado el colapso.

Una situación como la del 9/11 no forma parte de la producción periodística común y corriente, es más bien un hecho único e irrepetible. La profesión noticiosa se basa más bien en el cumplimiento de rutinas específicas que encuentran su contraparte en la disposición de ciertas instituciones sociales para recibir cobertura por parte de los medios de comunicación. En Aguascalientes,<sup>10</sup> México, desde donde escribo esta reflexión, el obispado de la diócesis ofrece su rueda de prensa semanal los lunes, la presidencia municipal lo hace los miércoles al igual que la universidad pública, y en general las agendas de trabajo de los reporteros se ajustan a las agendas de trabajo de los políticos, a la programación de las sesiones del Congreso del Estado, a las reuniones directivas o de asamblea de las asociaciones sindicales, y otras actividades por el estilo.

También existe una estructura cíclica de la producción informativa durante el año: en diciembre y enero se otorga atención a los problemas ocasionados por las bajas temperaturas y la cuesta de enero; en abril, la celebración de la Feria Nacional de San Marcos y junto con ella una serie de problemáticas que tradicionalmente se asocian a ella como el abuso de los comerciantes y prestadores de servicios que incrementan el precio de productos y servicios, el incremento de accidentes por el consumo de alcohol, la inseguridad pública, la merma en la productividad laboral y la promiscuidad; en verano los problemas ocasionados por las lluvias; durante todo

<sup>10</sup> Aguascalientes es un estado pequeño de la República Mexicana que en pocos años ha transitado de una economía principalmente agrícola a una industrial, convirtiéndose en polo de desarrollo económico, incrementando sus niveles de bienestar y reconocimiento nacional e internacional, aunque manteniendo condiciones socioculturales tradicionales y conservadoras como la prevalencia de la religión católica y de empresas de propiedad familiar que ahora conviven con grandes transnacionales. Al no ser este un espacio para la crítica de las condiciones socioculturales, políticas y económicas de Aguascalientes remito al lector interesado a las siguientes referencias: Padilla (2007), Ortega (2005), Reyes (2003, 2004), Romo *et al.* (2002), Alemán *et al.* (1999). Algunos de estos textos completos pueden ser consultados en línea en el sitio de la Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal, <http://redalyc.uaemex.mx>

el año los suicidios que se han introducido en la agenda mediática como un problema de salud pública y los medios los van contando para establecer el récord al final del año.

De los comentarios anteriores se obtiene que lo cotidiano no es simple, y el periodismo no es, por lo regular, insólito. Pero ni el periodismo ni la vida cotidiana se agotan en estas consideraciones. Para poder ubicar la dimensión de la vida cotidiana en las prácticas periodísticas es necesario problematizar esa posibilidad como a continuación se plantea.

La reivindicación de lo cotidiano como dimensión estratégica para expresar lo estructural no es nada nuevo y ha procedido desde diversos campos del pensamiento social; de acuerdo con Genaro Zalpa, quien ha profundizado en ello en este mismo trabajo editorial.

La forma de pensar la historia por parte de *la Escuela de los Anales* (Wallerstein, 2002), así como la práctica de la antropología centrada en la cultura nativa del propio antropólogo en la época poscolonial (Clifford, 2003) tienen en común la recuperación del espacio cotidiano como aspecto central del análisis social. Lo mismo sucede con el distanciamiento que los sociólogos contemporáneos practican respecto al funcionalismo y marxismo en aras de recuperar al sujeto como articulador de lo social formulando la interacción de agencia y estructura (Giddens, 2006; Bourdieu, 1991, 1999) o replanteando el estatuto del poder (político, económico y simbólico) para volverlo una condición biosocial y descentrada (Foucault, 2002) en una sociedad configurada como una red (Castells, 2006). En el terreno de la ciencia política, podemos también observar el desplazamiento hacia el análisis de la subjetividad política que pone de manifiesto los procesos de autogestión y propia organización de los ciudadanos (Beck, 1997), colocando en el centro el estudio de la vida cotidiana que significa una ruptura y una crítica frente a la idea de “la vida no cotidiana” (institucionalizada), pues los cambios estructurales deben ir acompañados por cambios profundos en la vida cotidiana (Lechner, 1995).

Pese a que la vida cotidiana se ha colocado como un espacio importante desde dónde mirar en prácticamente todas las disciplinas sociales, subsiste aún la pregunta sobre ¿qué es lo cotidiano? Metodológicamente existe un problema mayor, pues usar la vida cotidiana como categoría analítica exige su definición. Y el término es ambiguo, pues como lo nota Lechner (1995:46), “se trata de una noción multifacética cargada de connotaciones generalmente polémicas pero no explicitadas”, y esto ocasiona que la noción quede llena de prejuicios no controlables empíricamente: es posible encontrar que se habla de vida cotidiana en oposición a fiesta, acciones extraordinarias, eventos históricos, vida pública, entre otros. ¿Hasta dónde podemos estirar entonces el concepto de vida cotidiana?

Con la finalidad de usarla como recurso metodológico, Emma León (2000:146) propone que se trata de “una dinámica humana y social heterogénea, donde se transminan, enlazan o coexisten determinaciones sociales, comportamientos y vivencias culturales y psicosociales, los cuales en su movimiento formativo dan cuenta de la historicidad de los sujetos en el vivir de todos los días”. Esta aproximación al entendimiento de la vida cotidiana ubica su definición en tres aspectos. En primer lugar, señala la heterogeneidad de sus dimensiones, es decir, la imposibilidad de hacer reductible esta categoría al análisis de pautas concretas y limitadas como la vivencia en el hogar, o en el ámbito laboral, o en la calle, por lo que sigue tratándose de una categoría abierta y que debe ser construida de manera relacional y situada mediante trabajo empírico, no como tipo ideal. En otras palabras, la vida cotidiana sólo puede observarse en la cotidianidad —valga la redundancia— de personas concretas y lugares específicos (el trabajo cotidiano de los periodistas de Aguascalientes, por ejemplo) no como mera teorización ideal desanclada de la realidad. En segundo lugar, plantea la sedimentación cultural posible sólo desde la vida diaria, pues, como lo señalan Beck (1997) y Lechner (1995), únicamente cuando los cambios se anclan en la vida cotidiana es cuando podemos hablar de una verdadera transfor-

mación, pues ya se han incorporado a la vida social. Aquí hablamos de los significados de la vida, de la realidad, del entorno que vamos construyendo en nuestra propia vivencia y que también hemos heredado de generaciones anteriores, que han conformado una determinada manera de ver y estar en el mundo, y que de esa forma se van acumulando como capas de sentido, sedimentando, estableciendo maneras “correctas” o por lo menos “aceptadas” de ser, estar, conducirse y pensar. Ésa es también parte de la tesis de Luckman y Berger (2006) derivada, a su vez, del pensamiento de Schütz (1995).

En tercer lugar, a partir de esa sedimentación, Emma León nos plantea un proceso de historicidad que articula vivencias, comportamientos y determinaciones sociales que permiten la percepción de la vida propia como un *continuum*. Eso permite que veamos nuestra vida como una sucesión de eventos que mantienen una direccionalidad desde un principio hasta un fin. La vida cotidiana nos permite conectar eventos que nos marcan rupturas, situaciones decisivas. Lo cotidiano también da sentido a lo “no cotidiano”.

¿Qué significa pensar el periodismo desde una perspectiva de la vida cotidiana? Ubicarlo en esas coordenadas permitiría identificar los aspectos que han sedimentado al periodismo para conformarlo como una estructura simbólica de producción de comunicación pública.<sup>11</sup> Al mismo tiempo, como clave metodológica exige estudiarlo de manera situada, anclada en personas, lugares y tiempos específicos; y no en reflexiones puramente conceptuales, por lo que se debe asumir el tono analítico: de la especulación teórica a la revisión empírica y con esa base a la interpretación sociológica.

Para continuar la reflexión del periodismo desde la dimensión de la vida cotidiana, es necesario tomar en cuenta los siguientes planteamientos que han derivado a partir de la investigación social

<sup>11</sup> El periodismo es un tipo de comunicación pública en el mismo sentido que lo indica Martín Serrano (1994:72) como una “formación social en la cual la información se produce y distribuye por el recurso a un Sistema de Comunicación especializado en el manejo de la información que concierne a la comunidad como un conjunto”.

realizada sobre el proceso de producción de la comunicación, y en donde puede ubicarse al ejercicio del periodismo:

1. Las prácticas periodísticas.
2. La producción social de comunicación pública.
3. La selección del acontecer y el establecimiento de la agenda.
4. Las condiciones económicas y políticas.

### Las prácticas periodísticas

¿Qué es el periodismo? Me temo que esta pregunta no se puede contestar a la ligera considerando las definiciones normativas que establecen los manuales de periodismo. El periodismo no puede considerarse definido por el sólo hecho de su enunciación porque, en la práctica, difiere según el contexto sociocultural en el que se practique. Por lo tanto, en lugar de definirlo *a priori*, lo mejor es señalar que consiste en un conjunto de prácticas sociales que es necesario reconstruir en un contexto específico para entender su articulación. Así, se puede realizar una definición *a posteriori*, es decir, considerando los resultados de su observación en el contexto cultural elegido para hacerlo, y válido únicamente en ese contexto, aunque con elementos importantes a fin de entender su práctica diferenciada en otros contextos distintos. Además, estas prácticas no son fijas ni eternas, sino móviles y limitadas; al moverse y cambiar en el transcurso de la historia, también transforman la idea de lo que es el periodismo.

Por ejemplo, el periodismo que se practicó en México en la primera mitad del siglo XIX correspondió a un periodismo de facción que permitió la construcción de una esfera pública intelectual-burguesa<sup>12</sup> de ideas liberales, que contribuyeron a conformar las transformaciones políticas en México por su condición de dirigir la opi-

<sup>12</sup> De manera cercana a como lo indica Habermas (2004) para Europa.

nión de las elites, más que de mantenerla informada. Con el cambio tecnológico que representó el tiraje masivo de la impresión *offset* y los cambios del paradigma periodístico en el mundo occidental, se orientó el periodismo del siglo XX hacia la producción informativa, con rituales que pretendían alcanzar la objetividad<sup>13</sup> y ampliar el mercado de consumo, por lo que las publicaciones transitaron de ser órganos de difusión de las ideas de partidos determinados a ser bienes de consumo. En los albores del siglo XXI, nuevos elementos han aparecido como géneros periodísticos distintos a los tradicionales (que eran la noticia, el reportaje, la entrevista, el artículo de fondo, la crónica, la columna, entre otros). Los nuevos géneros vinculan la práctica periodística directamente con actividades de entretenimiento o de comercialización. Algunos de estos nuevos géneros han sido denominados con neologismos que explicitan su carácter híbrido: *infotainment*, derivado de la combinación de las palabras inglesas *information* (información) y *entertainment* (entretenimiento); *advertorial*, por los vocablos también ingleses *advertising* (publicidad) y *editorial* (editorial), este último en español se conoce como “publicirreportaje”. Así pues, ¿cómo se puede ofrecer una definición del periodismo cuando éste se reinventa permanentemente? (Bernier *et al.*, 2005). Es conveniente centrarnos en las prácticas por medio de las cuales se realiza.

El periodismo es un tipo de actividad humana. Giddens (2006) plantea que la actividad humana es auto-reproductiva, en donde los sujetos desarrollan una conciencia práctica que les permite conocer el motivo y las consecuencias de sus propias acciones y teorizan de manera práctica sobre su actuar; de tal manera que en el fluir de la vida cotidiana se construye un registro reflexivo de la acción. En ese proceso cotidiano de reflexividad permanente, el periodismo como actividad humana se recrea y reconstruye a partir de su propio ejercicio en donde los periodistas asumen las determinaciones propias

<sup>13</sup> Algunos de estos rituales consisten en la escritura en impersonal, la eliminación de adjetivos, la referencia a una fuente informativa autorizada, entre otras cosas.

de la profesión, pero también adquieren elementos por medio de los cuales se habilitan para practicarlo y eventualmente cambiarlo o adaptarse a las modificaciones de otros (dualidad de la estructura, Giddens, 2006:61).

Bourdieu (1991), por su parte, propone el *habitus* como un proceso interno y colectivo de incorporación de principios engendrados por la propia historia, y al mismo tiempo productor de historia en tanto que reconstituye a través de las prácticas de los sujetos la conformidad de tales prácticas y su constancia a través del tiempo. El *habitus*, nos dice Bourdieu (1991:92), funciona como una estructura estructurante que otorga “principios generadores y organizadores de prácticas y representaciones”.<sup>14</sup> El *habitus* puede entenderse de manera más simple como el aprendizaje social que desarrollamos en nuestra vida, y la disposición que nuestras propias condiciones culturales y socioeconómicas nos permiten para llevar a cabo ese aprendizaje.

La construcción del *habitus* puede ser detectada especialmente en periodistas novatos que apenas comienzan su vida profesional y su aprendizaje laboral. Un ejemplo es el de una reportera de la sección de sociales de un diario aguascalentense que fue trasladada a la sección de primera plana. En situación de entrevista ilustró su propia transición:

<sup>14</sup> Aceptar la noción de *habitus*, nos coloca además en la necesidad de ubicar al periodismo como un campo social en donde se utiliza un capital social —construido a partir de las trayectorias de los sujetos que participan en el campo y su incorporación de *habitus*— en la lucha por apropiarse de la producción y reproducción del propio campo (Bourdieu, 2000). Ha habido diferentes discusiones respecto a si el periodismo es o no es un campo social en esos términos; el propio Bourdieu (2005) lo aceptó para el caso del periodismo francés, y en una reflexión más abierta, Demers (1997) lo argumenta para el periodismo en general, aunque ambos aceptan la limitada autonomía que mantiene el periodismo como campo derivada de sus vínculos y determinaciones provenientes de los campos económico y político (cada campo debe ser autónomo, es decir, explicable por sus relaciones internas). Ringoor y Utard (2005) consideran que precisamente la capacidad de narrar a los campos económico y político es lo que otorga autonomía al campo periodístico. Cervantes (1995) considera que sí hay campo social en el periodismo mexicano, y en función de ello ha explicado cómo se construye el *habitus* en él.

Entonces llegó un día en que yo batallaba muchísimo, a busque y busque notas, y siempre les llevé cinco notas, cinco notas, pero a la tercera semana yo ya me empecé a desesperar de repente porque decía: “¿qué hago?, no tengo notas”. Apenas llego a las dos, tres de la tarde y encontré cuatro notas. Hasta que un día bajé con el licenciado y le dije: “¿sabe qué licenciado?, tengo un problema”, o sea, le fui clara, fui sincera con él, le dije: “¿sabe qué?, me están faltando notas –le dije– es que no sé qué me pasa, me están faltando notas, no puedo sacar las cinco notas diarias”, me dijo: “no, o sea, no se preocupe, ¿quiere un boletín?”, le dije: “sí”. Entonces él me dio un boletín y me dijo: “¿sabe qué?”, él debió saber que realmente yo ya andaba tensa, como a la tercera semana yo noté que él ya se daba cuenta de que yo ya andaba tensa y una vez baja... ah, me manda hablar y me dice: “oiga, no se trata de que se preocupe porque no tenga cinco notas. Si no me puede reportear ahorita cinco notas, tráigame dos o tres, traiga tres notas o hasta dos si quiere, tráigame dos. Yo sé que no es fácil para usted esto es conforme pasa el tiempo”, entonces él me daba boletines, el licenciado me decía: “dígame, nada más dígame y yo tengo boletines, si no tengo boletines, hágame tres notas, el jefe de redacción sabe que usted va a hacer tres notas y se acabó, o hágame cuatro o hágame dos, escribame dos notas pero no quiero que se preocupe”. Pero por supuesto que yo decía: “ay no, pues qué concha, cómo voy a bajar ‘oiga licenciado, déme tres boletines’” (risa), “oiga, de una vez apártame los míos ¿no?” (risa). Entonces yo siempre trataba de echarle ganas, y no era de diario, pero a la mejor un martes sí y el jueves otra vez ya bajaba: “qué cree, me falta una nota”. O a veces ya iba y yo creo que me veía con cara y decía: “¿quiere boletines?” y yo: “me faltan notas”. O a veces incluso él me hablaba: “¿cómo anda de información?”, y ya yo le decía: “ando bien” o “me falta material”. Y entonces yo para esto yo decía “y sábado y domingo qué hago”, entonces yo por ejemplo comentaba con mis compañeros, una de ellas me decía: “no, mira, tú vas con una persona, y le puedes sacar dos o hasta tres temas y si no pierden vigencia, déjalo para el domingo, tienes que hacer tu reserva”. Entonces ya me daba cuenta de cómo trabajaban, porque los domingos qué había que escribir, de dónde si no hay nadie. Entonces ya me daba cuenta de que yo entrevistaba a una persona y le saco hasta tres temas, y cada tema es una nota y si no pierde vigencia lo dejo para el domingo, yo tengo que tener mi reserva para el domingo.<sup>15</sup>

<sup>15</sup> Entrevista con reportera.

En este caso, el obstáculo es la falta de pericia que impide a la reportera obtener la cuota de cinco notas diarias que le exige el periódico y aún las que tiene que entregar en fines de semana, cuando es imposible encontrar a los funcionarios. Su compañera le comparte la “forma en la que se hace”, cuáles son las prácticas necesarias para cumplir el encargo y ella genera el aprendizaje. El periodismo representa un sistema de prácticas concretas que deben ser aprendidas prácticamente.

Considerar las prácticas ligadas al periodismo implica, en primer término, considerar a sus practicantes o actores. Los actores centrales de las prácticas periodísticas son los periodistas, aunque no son los únicos.<sup>16</sup> Los periodistas reproducen una serie de prácticas de acuerdo con una sanción objetivada a través de su aceptación por comunidades profesionales (agrupaciones de periodistas) y organizacionales (empresas periodísticas) e incorporadas por los sujetos a través de un proceso de socialización, lo que produce *habitus* (Cervantes, 1995).

Es así que en el fluir de la vida cotidiana se ha establecido —e institucionalizado— una serie de pasos que desarrollan los periodistas y que corresponden, a grandes rasgos, a dos conjuntos de prácticas rutinarias y ritualizadas: las que tienen que ver con la recopilación de la información y su redacción bajo los criterios considerados como periodísticos y las que tienen que ver con la selección, jerarquización y presentación de la información (Wolf, 1997).

En México, los trabajos de investigación relacionados con el periodismo desde esta perspectiva han dado cuenta de que, en lugares como Aguascalientes (De León, 2003), la Ciudad de México (González, 1990), Guadalajara (Hernández, 1995; Cervantes, 1996), León (Navarro, 2005), entre otros, se reproduce el esquema de esas rutinas de producción ritualizadas.

<sup>16</sup> Al producir noticias, los periodistas se vinculan con una serie de actores sociopolíticos: funcionarios, legisladores, expertos, académicos, técnicos, empresarios, entre otros, que también toman su parte en el proceso de producción noticiosa al asumirse, por ejemplo, como fuentes de información.

La recopilación de información se refiere a la ronda por las fuentes. Cada medio tiene su mecanismo diferente para organizar la visita sistemática de sus reporteros por la red de fuentes informativas que han reconocido como tales. Esta lógica consiste en que a cada reportero se asigna un número determinado de fuentes informativas a las cuáles tiene la obligación de dar cobertura y conocer sus actividades para reportarlas en términos periodísticos.

En aras de obtener información certificada, las fuentes visitadas están seleccionadas entre aquellas que han alcanzado altos grados de institucionalidad, sobresaliendo el Estado y todas sus dependencias. La otra cara de la moneda corresponde a otros sujetos sociales que no son atendidos por la prensa, a pesar de la posibilidad de tener participación en el espacio público por otras vías. Esa situación contribuye a su invisibilización mediática, y lleva a algunos de ellos a establecer una lucha por ganar el acceso a los medios para hacer visibles sus demandas o sus proyectos: en cierta ocasión, periodistas daban cobertura a una manifestación de familiares de enfermos renales que protestaban en las instalaciones del Hospital General de Zona No. 2 del IMSS (Instituto Mexicano del Seguro Social) porque se avisó que se iban a prorratar las sesiones de diálisis a cada quince días, cuando hasta ese momento habían sido semanales, los reporteros de antemano apoyaron las razones del IMSS y deslegitimaron la protesta de los manifestantes. Y es que entre los periodistas se filtró la información de que el líder de los manifestantes recibía una comisión por la venta de máquinas de diálisis (situación que fue negada rotundamente e incluso el líder había interpuesto una denuncia en la delegación de la Procuraduría General de la República por supuesta privación ilegal de la libertad, pues decía que una semana antes el personal del IMSS lo había mantenido incomunicado en un cuarto por espacio de varias horas).

El IMSS representaba una fuente certificada de información, mientras que los manifestantes constituían una voz opositora a la cual era difícil dar legitimidad por su poco soporte institucional. El

IMSS significó para los reporteros un recurso informativo que hay que cuidar.

A su vez, las rutinas de recopilación de información se articulan en función de criterios orientados por la empresa mediática a la que cada reportero pertenece y que básicamente son los siguientes: a) una cuota de noticias a cubrir (número de notas por entrega diaria), b) la obligación de sustentar cualquier dato en una fuente informativa certificada, y c) la necesidad de entregar la información en una hora determinada (*deadline*) para el cumplimiento del ciclo noticioso (de 24 horas, medio día o cada hora de acuerdo con el medio: impreso, televisivo o radiofónico).

También existen las rutinas de tratamiento de la información, que son llevadas a cabo por periodistas que no son reporteros: los editores. La labor periodística está articulada con base en una división del trabajo que establece líneas de especialización y jerárquicas (Sigal, 1973). Los reporteros se encargan de buscar información y procesarla en formato de noticias. Existen otros tipos de periodistas que se dedican a emitir opiniones especializadas sobre temas específicos como los articulistas o los columnistas. Los editores, por su parte, toman decisiones que corresponden a tres tareas principales: seleccionar la información, jerarquizarla y editarla para presentarla al público en el soporte de distribución que corresponda (impresa, audiovisual, radiofónica o electrónica). Una reportera en situación de entrevista nos comparte su percepción de esa labor diferenciada en la producción noticiosa:

Bueno, tú llevas la materia prima, si bien es cierto no es harina, ya está cernido, ya está hecho, ya está pensado, pero de cualquier manera la forma que se le da a la información ya no es cosa de uno, o sea, uno la elabora, pero vamos el enfoque o la trascendencia que el periódico le quiere dar ya no está en tus manos, o sea tú ya no la publicas, no le puedes decir al director: "¡esta nota es de primera plana!", o "esta nota es para interiores", o "esta es la de ocho y está me la mandan allá al cajón... de lo que no sirve" ¿no? Sino que tú ya a diario traes tu información, es tu compromiso, y ahí está la información, ahí

están las notas. Si el director o el [editor del] periódico consideran que son buenas las ponen y si no, pues no las ponen, y párale de contar.<sup>17</sup>

El tipo de práctica rutinaria de producción informativa es fundamental para entender cómo la vivencia cotidiana otorga la pauta para que el periodismo sea lo que es, y no algo diferente. La posibilidad para explorar esta situación la otorga Esser (1998), quien descubre que mientras en el periodismo anglosajón existe una división social del trabajo representada por una alta especialización de las tareas (reporteros, articulistas, editorialistas, editores, diagramadores, entre otros), en los diarios alemanes se presenta una división del trabajo distinta que tiende a centralizar las actividades en la figura del *Redakteur* que al mismo tiempo obtiene información, la selecciona, la redacta, la jerarquiza, le otorga formato y la presenta al editor general, y en todo caso la especialización no es de tareas sino temática (deportes, política, economía, entre otros). Estas distintas situaciones corresponden a dos propuestas muy diferenciadas de lo que el periodismo debe ser en función de las prácticas que se llevan a cabo para ejercerlo.

En México reproducimos el modelo periodístico anglosajón. Es obvio que las condiciones socioeconómicas, políticas y culturales ejercen su influencia que establece una gran diferencia entre el periodismo británico, el estadounidense y el mexicano. Incluso al interior de las regiones socioculturales —dentro de nuestro propio país— podemos encontrar periodismos distintos en función de su puesta en práctica, pues las condiciones de la capital de la república, donde los medios constituyen grandes empresas periodísticas, son muy diferentes a las del bajío y el altiplano, en donde la propiedad de este tipo de empresas aún suele ser de índole familiar, para no hablar de la dinámica social tan distinta que exige la construcción de agendas temáticas diversas y otras condiciones más. Sin embargo, a pesar de esas diferencias culturales, el modelo periodístico anglosajón que

reproducimos sigue manteniendo aspectos fundamentales a través de sus prácticas como la división social del trabajo informativo a la que ya nos referimos, los medios de comunicación considerados como empresas capitalistas a partir de la venta de publicidad, lo que supone una influencia importante de los anunciantes (el gobierno incluido, el cual tal vez es el mayor anunciante de los medios) en el tratamiento de las noticias, la legitimación de la información en fuentes externas al propio medio, entre otras cosas.

Además de las rutinas de producción periodística, que tienen una base material de observación, se encuentran otro tipo de prácticas que forman parte de la cotidianidad del trabajo periodístico: los valores noticiosos. Estos valores se vinculan con la reflexividad de la que hablábamos líneas antes. Incluso corresponden con un despliegue de *habitus*, si consideramos que orientan en el fondo las rutinas de producción informativa toda vez que los valores noticiosos constituyen un mecanismo para identificar lo que es noticiable de lo que no lo es, permitiendo al periodista esforzarse productiva y no improproductivamente en la elaboración de noticias.

Ejemplos de valores noticiosos son: el ritual estratégico de la objetividad (distanciarse del discurso en aras de la credibilidad y, sobre todo, de la desimplicación de responsabilidad civil), la proximidad de un acontecimiento respecto al contexto de referencia, la actualidad de la información, la exclusividad, la notoriedad otorgada a una fuente informativa y al tema referido, entre otros (González, 1986; Gans, 1980; Sigal, 1973). Se relacionan con el profesionalismo y la construcción de una “ética periodística” o “deontología”.

Para enfatizar los valores noticiosos tomaré un antivalor: existe algo que en la jerga de los periodistas se conoce como “las noticias voladas”. Son aquellas que no fueron expresadas por una fuente informativa legitimada. El nombre es retomado de la frase que los periodistas usan: “volarse la nota”. Esto es: “si conoces la situación y conoces más o menos cómo piensa el entrevistado porque conoces la fuente, pues puedes hacer la nota aunque él no te declare

<sup>17</sup> Entrevista con reportera.

realmente”.<sup>18</sup> Este tipo de notas es tabú entre los reporteros, ya que se consideran antiperiodísticas, no éticas, pero afirman que no existe alguien que no haya recurrido a esta estrategia alguna vez.

El caso de la llamada objetividad periodística también es digno de considerarse. La objetividad ha sido desmitificada desde la década de los años 20 por figuras como Walter Lippman (2003), que consideró la noticia como una “reconstrucción de la realidad”; y posteriormente en la década de los años 70 por Gaye Tuchman (1983), que la igualó a un ritual estratégico para colocar la noticia en un mercado de consumo amplio y al mismo tiempo desligarse de las implicaciones legales relacionadas con la información inexacta o falsa (libelo).

Desde mi punto de vista, basta considerar la práctica cotidiana de la redacción de una noticia para romper el “espejo” objetivo que los periodistas pretenden que sus escritos representen: el formato bajo el cual la organización periodística exige a los reporteros presentar la información implica la evaluación y la jerarquización de los datos. La forma en la que se evalúan y jerarquizan los datos está definida por el concepto de “pirámide invertida”; esto significa distinguir “la esencia de la nota”, lo más importante de la información para colocarlo en el primer párrafo o entrada, y lo menos importante al final. Parece que es un asunto técnico de redacción, pero implica mucho más que eso. El reportero debe resignificar la información primaria con la que tuvo contacto para poder ofrecer una narración acerca de la realidad. Sólo que esta realidad resignificada cobra una nueva distinción: ¡es noticia!

Ser noticia implica realizar una reestructuración en términos de otorgar sentido a un acontecimiento. Pero buscar lo esencial de la información periodística para construir noticias en formato de pirámide invertida aleja las narraciones periodísticas de la objetividad, puesto que los datos deben ser mediados por la visión del mundo y

<sup>18</sup> Entrevista con reportera.

de la realidad con la que operan el reportero y la empresa periodística (el primero determinado por la segunda).

La consideración de estas prácticas periodísticas, identificadas a partir de la actividad rutinaria de los productores de noticias, ofrecen un enclave fecundo para identificar la manera en la que, cotidianamente, se ofrecen narraciones del acontecer a veces con fuertes implicaciones para la vida colectiva. Sin embargo, es necesario conectar estos planteamientos con otras dimensiones de la vida social como la constitución de lo público, el ejercicio del poder, las determinaciones económicas de la producción mediática, entre otras, es decir, con condiciones estructurales. El objetivo de ello es evitar que se obtenga una visión limitada y autorreferida a las propias prácticas periodísticas y desconectadas con procesos sociales más amplios en la propia generación de esas prácticas.

## La producción social de comunicación pública

Ha sido Manuel Martín Serrano (1994) quien ha propuesto un marco estructural de análisis para el estudio de la producción social de comunicación. Se trata de un enfoque histórico-estructural cuya hipótesis general plantea que existe interdependencia entre las transformaciones que sufre el Sistema Social (SS) y las que corresponden al Sistema de Comunicación Pública (SC) a partir de mediaciones sociales y culturales que les conectan en un periodo largo de tiempo histórico. El autor finca su argumento en el hecho de que cada formación social a lo largo de la historia humana occidental (la antigua Grecia, el Imperio Romano, la Edad Media, el capitalismo moderno, etc.) han tenido sus formas específicas de producción de comunicación pública (ágora griega, teatro, edictos leídos en sitios públicos, esfera pública, medios de comunicación masiva, entre otros).

El autor plantea que existe una diferencia entre estos dos sistemas debido a que el SS “está organizado para manejar y transformar

materias, energías e información con vistas a la satisfacción de las necesidades individuales y colectivas (biológicas, sociales, espirituales) de los miembros de la sociedad”, mientras que el SC “se organiza para manejar esos mismos elementos, pero su referencia específica son *los aconteceres*, es decir, aquello que sucede o que deja de suceder y afecta a la comunidad” (Martín Serrano, 1994:53). Ambos sistemas permanecen en afectación mutua respecto a sus componentes, relaciones estructurales y funcionales internas.

La comunicación pública requiere de un orden institucional específico que se corresponde con la necesidad de: a) organizar su actividad, b) tratar la información, c) identificar los temas que le competen, d) mantener rituales de elaboración de información pública y, e) identificar a sus actores.

A pesar de que esta propuesta tiene un enfoque primordialmente estructural, el componente cotidiano se observa, y además de forma fundamental, en la manera como el autor señala que se genera la apropiación de la comunicación pública (o lo que es lo mismo, su modo de producción) en las formaciones capitalistas contemporáneas, a través de la producción del acontecer público:

Denomino “acontecer público” a cualquier emergente (cosa, objeto, suceso, observación, idea, norma, relación, etc.) que por su presencia o ausencia afecta o puede afectar a la comunidad y cuyo conocimiento puede ser compartido por los miembros de aquella, porque ha sido seleccionado como objeto de referencia por las instituciones que tienen a su cargo dar noticia pública de lo que acontece (Martín Serrano, 1994:123).

En la formulación del acontecer público, se toman en cuenta los aspectos macroestructurales como el SS y el SC a través del orden institucional de la producción de comunicación pública. Dicho orden institucional también funciona como una mediación de lo macroestructural con lo cotidiano, es decir, con los emergentes que afectan la comunidad, y a los cuales se ha decidido seleccionar para dar noticia pública.

El contrarrelato de lo anterior es la presencia de otros aconteceres o emergentes (mucho mayores en número) que no han sido seleccionados en ese proceso, y que, por lo tanto, nunca serán visibles públicamente, o por lo menos en términos periodísticos. Por lo que la especificidad de la capacidad de selección de las instituciones de la comunicación pública es central en esta consideración y hay que problematizarla, pues se inserta aquí la condición política que establece quién y por qué tiene el poder de decidir cuál emergente debe ser considerado acontecer público.

No obstante el alcance amplio que ofrece esta aproximación al estudio de la producción de comunicación pública, categoría dentro de la cual cabe perfectamente el periodismo, tiene como limitación la invisibilidad del sujeto junto con la sedimentación historizada de su vida cotidiana a partir de las vivencias sociales. Esto significa que al poner atención en los aspectos institucionales de la producción de comunicación pública y su interdependencia con el sistema social, se pierden de vista las acciones, decisiones, motivaciones y su cúmulo biográfico en los sujetos individuales, en este caso los periodistas, y da la impresión de que la construcción de tales estructuras (la comunicativa y la social) corresponden a tendencias que están más allá de los sujetos, lo cual no es del todo correcto porque este proceso abstrae esa historicidad del sujeto a la actuación institucional de la producción de comunicación pública. Por ello, es pertinente no perder de vista el análisis de las prácticas sugerido en el apartado anterior y en todo caso unirlo a una mirada macro como la que nos ofrece esta perspectiva haciendo caso a consideraciones como las de Bourdieu (1991) o Giddens (2006) que proponen mirar a los sujetos sin perder de vista la estructura y viceversa.

## La selección del acontecer y el establecimiento de la agenda

Los dos apartados anteriores sintetizan planteamientos que mantienen varios rasgos en común. Uno de ellos, que es fundamental para que exista narración periodística, se refiere a la capacidad para la selección de temas, sujetos, ideas, discusiones, en pocas palabras la selección de acontecer, que se mantiene como especificidad de la propia práctica periodística. Esa capacidad es un recorte de la realidad: todos los acontecimientos sucedidos en un entramado social durante un día, rebasan en mucho la capacidad de las instituciones responsables de narrarlos, los medios de comunicación, que tienen un espacio limitado para ello. La forma de enfrentar esta tarea consiste en situarse en puntos estratégicos —por lo regular las dependencias gubernamentales— para seleccionar acontecimientos noticiables.

En el caso de las prácticas periodísticas, los que hemos llamado valores noticiosos, permiten construir categorías de evaluación de los sucesos para que los periodistas reconozcan los acontecimientos noticiables. Esas categorías son diversas y actúan en diferentes dimensiones: en términos de la visibilidad pública (notoriedad del tema, notoriedad de la fuente informativa, contexto geográfico cercano), en términos de la competencia empresarial (lo que otros medios reportan), en términos de las relaciones políticas (los proyectos políticos que cada medio apoya), entre otros.

La selección de los acontecimientos mediáticos conforma lo que se ha denominado “la agenda” (McCombs, 2006). ¿Cómo se establece la agenda de los medios y qué efectos tiene sobre la opinión pública? Ha sido una pregunta que ha orientado un tipo de investigación desde los años 70. El enfoque construido desde esta perspectiva constituye hoy una superación del estudio de los efectos de los medios de comunicación sobre el público, cambiando la idea arraigada a mediados del siglo XX sobre la inmediatez de esos efectos. La

investigación empírica ha dado cuenta de un proceso a largo y mediano plazo de los efectos de los medios sobre la sociedad y no en forma de conductas específicas, sino en la incorporación de asuntos “importantes” en el contexto de un debate social permanente (Wolf, 1997). Se trata de un proceso de larga sedimentación profunda en donde cotidianamente se establecen los temas de la agenda mediática en discusión con otras agendas (las de los públicos y las de los políticos, principalmente). Cada agenda otorga ciertos atributos a los acontecimientos sociales a partir de los cuales aparecen más o menos relevantes ante la mirada pública. Esta interacción se parece a las “capas de una cebolla”, en donde la influencia se concentra hasta su visibilización pública a través de los medios informativos (McCombs, 2006:190).

En estas agendas en interacción, la agenda mediática es relevante porque es la que con mayor fuerza puede colocar los temas ante los públicos y existen algunos de ellos que, por diferentes factores (historicidad propia de la sociedad en que emergen, su confluencia con proyectos políticos determinados, entre otras cosas), mantienen preponderancia en los medios y van sedimentando en la sociedad, y finalmente su cobertura mediática ejerce un efecto de mediano y largo plazo entre la opinión pública. En ese sentido los medios no nos dicen qué pensar, aunque nos indican aquello en lo que es importante que pensemos (Wolf, 1997).

El caso de Zhenli Ye Gon, empresario de origen chino naturalizado mexicano, en cuya residencia de la Ciudad de México fueron encontrados más de 200 millones de dólares en efectivo, constituyó un tema de agenda pública bastante referido en los medios periodísticos en el inicio del sexenio de Felipe Calderón. Desde mi punto de vista, su inserción en la agenda no tiene que ver tanto con la cantidad de dinero supuestamente mal habido (a través del tráfico de estupefacientes), que es considerada como el segundo lugar por el monto en la historia de los aseguramientos policiacos, sino con la vinculación que se hizo por parte del propio Ye Gon con prácti-

cas corruptas del sistema político mexicano. Dada la sedimentación simbólica que la corrupción en la política ha alcanzado en nuestro contexto, su mención resulta significativa para la sociedad mexicana y su sistema de producción de comunicación pública.

Para corroborar una hipótesis de ese tipo habría que realizar el experimento que propone McCombs (2006) para calcular el grado de correlación que existe entre lo que los medios publican y lo que la gente percibe de su contexto. El experimento consiste en preguntar a una muestra representativa de una población determinada cuestiones como “¿cuál es el principal problema que enfrenta la nación hoy?” y luego relacionarlo a través del índice de correlación con el resultado que se obtenga del análisis de contenido de los medios periodísticos con una variación de más o menos 4 semanas en la publicación.

Este enfoque, derivado de la sociología funcionalista, sigue manteniendo rasgos de investigación de tipo hipotético-deductiva. Su mecanismo de explicación es causal con una orientación predictiva que tiene usos concretos en procesos como la cobertura noticiosa de las campañas electorales. Sin embargo, al mantener un diálogo con posturas como las de los apartados anteriores, tiene también importancia para aportar en una tarea interpretativa compleja y multidimensional del estudio del periodismo.

## Las condiciones económicas y políticas

El periodismo tiene una colocación transversal en la estructura social, porque atraviesa varios niveles y dimensiones de la organización social. En relación con el modo de producción periodística se puede observar que intervienen sujetos e instituciones en una articulación múltiple hacia fuera y hacia dentro de la empresa noticiosa. Hacia fuera, el periodismo se relaciona con diversas instituciones (el Estado, la Iglesia, la iniciativa privada, entre otros), y hacia dentro se relaciona con la división social del trabajo que genera líneas de espe-

cialización y actividades rutinarias que condensan el control social y la institucionalización de prácticas relacionadas con el acercamiento a la realidad y su interpretación. Estas ideas están sistematizadas en el modelo formulado por Hirsch (1980) en donde plantea que la actividad mediática se puede organizar en tres niveles de análisis: a) institucional o supraorganizacional, b) organizacional y c) ocupacional o individual.

En la dimensión política se establece un orden jerárquico al interior de las empresas periodísticas que se reproduce de manera cotidiana. Ese orden propone la estructura necesaria para la operación del periodismo bajo un mando autoritario representado por los directivos de los medios y con reducidos márgenes de autonomía individual para los periodistas (de León, 2003). Hacia el exterior, se vincula con la propia estructura sociopolítica, en donde los poderes público-políticos, así como otros poderes *de facto* como los que tienen una base económica, ideológica o cultural tienen relación con la actividad. Basta considerar que las fuentes informativas son aceptadas por los periodistas en tanto que les permiten tener acercamiento con administradores del poder.

En la dimensión económica, es necesario considerar que las empresas mediáticas funcionan bajo una lógica capitalista, orientada a perseguir un fin lucrativo. En la teoría generada sobre el periodismo, se tiene en cuenta que la lógica informativa se supedita a la lógica económica, en el sentido de que la prioridad de las empresas mediáticas es la venta de publicidad comercial, y la actividad periodística funciona sólo como un recurso que atrae la mirada de las audiencias hacia esa publicidad (Fishman, 1983). En la actualidad, se ha evidenciado cómo las propias estrategias periodísticas han transitado a estrategias mercadológicas, con lo que se ha abierto un novedoso espacio para la práctica periodística: el periodismo de *marketing*. Hernández (2000) se muestra preocupada, por lo que considera un modelo de *marketing* en muchas de las prácticas periodísticas, que desplazan “lo que el ciudadano debe saber” por lo que “el público

quiere saber”. Esto tiene consecuencias importantes en términos de la práctica cotidiana del periodismo como: a) un cambio en el concepto de noticia, b) un cambio en la percepción de las funciones del periodismo, c) nuevos temas de interés periodístico triviales, cotidianos y “útiles” y, d) la legitimación de nuevos géneros periodísticos como el *infotainment* (Hernández, 2000:163).

Un ejemplo que sintetiza los argumentos anteriores relacionados con las condiciones económicas y políticas del periodismo lo otorga un editor, quien en entrevista menciona la capacidad político-económica de la gestión de comunicación gubernamental a través de la compra de espacios en los medios impresos, incluso en lo que respecta a la propia nota de ocho columnas de la primera plana, se supone debe ser la valoración del propio medio sobre la nota más importante del día:

Es prensa cautiva, digo yo, por esto: porque en las conferencias de prensa se limita el reportero porque quiere, porque se atiene a lo que le dicen en la conferencia, uno, y otra, por la publicidad. Sabemos que el principal cliente de los periódicos, de la televisión, de la radio, es el gobierno, no son las superpintadas, ni son las empresas grandes, no, es mentira eso, el que paga más a los periódicos y el que da más publicidad es el gobierno; con el agravante, digo yo, de que no es siempre una publicidad de la que el lector esté enterado y sepa que es anuncio. Se disimula, se disfraza, como tú sabes. Hay noticias, hay boletines que se dan como nota. Antiguamente los periódicos, hasta una gacetilla, si era pagada le ponían al final “I.P.”, entre paréntesis, “Inserción Pagada”, el lector ya sabía que era publicidad. Ahora no, ahora hasta una noticia de ocho columnas en primera plana puede ser pagada y tú bien lo sabes.<sup>19</sup>

Pocos meses antes de redactar este texto, se generó en México una crisis relacionada con la compra-venta de maíz debido a que supuestamente era acaparado por empresas estadounidenses dedicadas a la producción de combustibles orgánicos. Esto ocasionó una

<sup>19</sup> Entrevista con editor.

alza en el precio de la tortilla que llevó al gobierno federal a establecer un tope en su precio ante la inconformidad de los industriales de la masa y la tortilla de todo el país. El gobierno del estado de Aguascalientes también llevó a cabo acciones como la instalación de puntos de venta de tortilla a bajo costo a lo largo del territorio estatal. El día que se dio el banderazo de inicio de dicho proyecto, los tres periódicos locales principales (*El Herald*, *El Sol del Centro* e *El Hidrocalido*) se uniformaron en su nota de ocho columnas señalando que habían sido instalados más de 200 puntos de venta en donde se expendió tortilla a cinco pesos el kilo. Un informante cercano al programa señaló que el proveedor de tortillas sólo entregó dos de las veinte toneladas previstas y que sólo se instalaron 16 puntos de venta, y que mientras duró el programa no se pudieron rebasar las cinco toneladas diarias. A pesar de que los periodistas sabían que la información oficial al respecto estaba inflada no la desmintieron, pues se trataba de información pagada. No era necesario corromper a los reporteros con dinero o beneficios de diversos tipos (“chayote” o “embute”), esa práctica está siendo desplazada en el periodismo mexicano por los convenios de publicidad entre gobernantes y empresarios de los medios, mediante los cuales se otorga una gran cantidad de dinero público a los medios por concepto de la publicidad que se manejará a lo largo del año. Con ello, la censura ha pasado del gobierno a la propia empresa periodística, que vela por sus intereses comerciales protegiendo a su anunciante principal, y los reporteros de la fuente han sido “desempoderados”, si es adecuada esa expresión.

Estos enfoques de cruce –entre las dimensiones económica y política de la producción de comunicación pública– no sólo plantean problemáticas domésticas, sino que tienen un fuerte componente internacional. Principalmente se cuestiona la forma en la que se ha configurado el mundo moderno capitalista, integrando un nuevo orden mundial de la información y la comunicación (NO-MIC) al servicio de un nuevo imperialismo: el imperialismo cultural,

lo que a su vez genera una dependencia cultural vertical entre países y sectores sociales (Mattelart y Mattelart, 1997).

En este sentido, la información y el conocimiento se distribuyen a través de las industrias culturales, las cuales tienen una conformación capitalista, y como tales, las leyes del mercado y el interés por la acumulación del capital son las que dirigen las actividades de producción, distribución y consumo de la información.

Al mismo tiempo, las industrias culturales (dentro de las cuales se encuentran los medios periodísticos) mantienen intereses políticos, pues el manejo de la información las vincula con las esferas del poder que controlan y ordenan los flujos informativos, que muy lejos de ser libre y horizontal, es desequilibrado, vertical y presenta grandes brechas entre las regiones más ricas y las más pobres del mundo, como ya lo apuntaba hace más de 25 años la comisión dirigida por Sean McBride en su célebre informe presentado ante la UNESCO en 1980 (McBride, 1987).

En la actualidad, asistimos a una nueva configuración planetaria que atraviesa por la globalización de la economía y la mundialización de la cultura, en donde la clave de ambos procesos parece centrarse en las nuevas maneras desterritorializadas de insertar la producción y el consumo de bienes materiales y simbólicos, (García Canclini, 2002; Ortiz, 2003). El consumo de noticias en Internet a través de los *website* de empresas noticiosas transnacionales, o en el otro extremo, a través de los *blogspot* que permiten al individuo empoderarse convirtiéndose en proveedor de información de sus pares ciber-desterritorializados, abre nuevas preguntas con respecto al significado del periodismo y la provisión informativa. A pesar de que esa inequidad se mantiene en lo general, existen nuevas estrategias para colocarse frente a esta situación de parte de regiones pobres como la India, que ha logrado posicionar su cinematografía con una producción impresionante que le ha permitido colocarse exitosamente en el mercado oriental (Appadurai, 2001).

Para el caso del periodismo, esta reflexión globalizada coloca una de sus reflexiones más importantes en la participación de las agencias de noticias internacionales (Muro, 2006) y su influencia en el acceso a la información y en su orientación de acuerdo con las condiciones geopolíticas en las que se insertan (no es lo mismo la agencia polaca de información en la que laboró Ryzsard Kapuscinsky, siendo Polonia un país del bloque socialista, que la agencia estadounidense anti-comunista Associated Press [AP], o la agencia mexicana Notimex, la cual además es una dependencia gubernamental). La capacidad económica para desplegar a sus corresponsales a lo largo y ancho del globo, el acceso a nuevas tecnologías de información y comunicación que van desde las redes de cómputo hasta la comunicación satelital y otras condiciones son elementos que permiten caracterizar la importancia de generar preguntas que permitan investigar estas situaciones.

## Conclusión

La reflexión presentada en este documento sobre la relación entre la vida cotidiana y el periodismo se coloca frente a dos planteamientos generales: las actividades rutinarias a través de las cuales se ejerce el periodismo y las condiciones que permiten una sedimentación de sentido a partir de un proceso histórico que en el largo plazo permite que se afiancen los significados del periodismo. Como ya fue señalado, el término sedimentación se refiere a capas de significado que se van acumulando en un periodo histórico determinado y que orientan el sentido del mundo y del entorno de un grupo sociocultural específico. Por ejemplo, la idea de que es necesario estudiar para ser alguien en la vida, es un pensamiento que se ha venido sedimentando a partir de ciertos patrones socioculturales vinculados, entre otras cosas, con el iluminismo que considera necesaria la instrucción del individuo para el ejercicio responsable de su libertad; y, por el

otro lado, con la industrialización de la sociedad que requiere una población capacitada para el trabajo.

Ambos planteamientos, las prácticas rutinarias del periodismo y la sedimentación del sentido, están unidos en lo profundo de sus vínculos, pues las prácticas periodísticas, como actividades que los periodistas realizan todos los días, ofrecen una base objetivada de observación para identificar, desde ese plano, cómo los sentidos sedimentados se colocan dentro de la misma lógica de esas prácticas y trascienden hasta la estructura del Sistema de Comunicación Pública de una formación social.

Es necesario advertir que gracias a los pequeños cambios que permean hasta la vida cotidiana, los sentidos que orientan esos cambios y que se vuelven rutinarios en esa dimensión, llegan a institucionalizarse hasta formar parte de la estructura social (Luckman y Berger, 2006; Lechner, 1995).

Ésa es la manera en la que, desde las prácticas periodísticas, logra ser instituido un orden de producción de comunicación pública, capaz de construir una agenda de participación (o por lo menos de visibilización) social y, ligado al orden institucional, condiciones económicas y políticas que establecen relaciones de poder, niveles de acceso a la información y formas de insertarse en los procesos de producción y consumo de información.

Reflexionar sobre las condiciones a partir de las cuales el periodismo se inserta en las sociedades actuales es de lo más relevante: en una época en la que la industria mediática ha configurado nuevas formas de visibilidad y de participación política y económica, y en donde la actividad gubernamental está fuertemente ligada a los medios de comunicación de masas, específicamente a sus espacios noticiosos. Pensar sobre el periodismo permite entender cuáles son las formas en las que podemos transitar a un estadio en el que la participación política pueda ser más horizontal, democrática, tolerante y respetuosa de los derechos y libertades informativas de todos.

Discutir la función del periodismo en la actualidad a partir de investigación empírica y con esa ruta (y en realidad no desde la ciencia social, sino también a partir de la crítica artística, intelectual o filosófica y otras formas de cuestionar la realidad y construir conocimiento) en relación con el ejercicio del periodismo y sus vínculos con la actividad política y social, permitiría, entre otras cosas:

- Empoderar a los ciudadanos a través del conocimiento de cómo operan los medios noticiosos con respecto a los referentes que nos otorgan del entorno por medio de la publicación de noticias e información.
- Contar con evidencia empírica que permita exigir legislaciones y políticas más adecuadas en relación con la actividad mediática, ya sea de orden gubernamental o empresarial. Esto permitiría hacer exigibles y judiciables demandas que por el momento sólo han sido reivindicadas por ciertos grupos sociales como el derecho a colocar sus ideas públicamente mediante el acceso equitativo a los medios de comunicación, el derecho a ser informados suficiente y responsablemente, o la necesidad de establecer normatividades que regulen la cobertura y publicidad políticas sin que eso signifique enriquecer cada vez a los empresarios mediáticos a costa del erario público.
- Entender de qué manera los medios informativos, a partir de su propia actividad cotidiana, influyen en las cotidianidades de los diversos sujetos y grupos sociales.
- Contribuir en la formación de nuevos periodistas y administradores de los medios de comunicación con perspectiva de responsabilidad e inclusión, sin por ello sacrificar las condiciones comerciales que corresponden a las empresas mediáticas.

## Bibliografía

- ALEMÁN, R., Gutiérrez, D. y Hernández, M. (1999). *Nuevas estrategias de modernización empresarial en Aguascalientes*. México: Universidad Autónoma de Aguascalientes.
- APPADURAI, A. (2001). *Modernidad desbordada. Dimensiones culturales de la globalización*. Montevideo: Trilce.
- BECK, U. (1997). Modernidad Reflexiva. En Beck *et al.*, *Modernización reflexiva. Política, tradición y estética en el orden social moderno*. Madrid: Alianza Universidad.
- BERGER, P. y T. Luckmann. (2006). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu.
- BERKOWITZ, D. (1992). Non-routine News and Newswork: Exploring a what-a-story. *Journal of Communication*, 1(42).
- BERNIER, M. F. *et al.* (2005). *Pratiques novatrices en communication publique. Journalisme, relations publiques et publicité*. Québec: Les Presses de l'Université Laval.
- BOURDIEU, P. (1991). *El sentido práctico*. España: Taurus.
- \_\_\_\_\_ (1999). *Razones prácticas. Sobre la teoría de la acción*. Barcelona: Anagrama.
- \_\_\_\_\_ (2005). *Sobre la televisión*. Barcelona: Anagrama.
- \_\_\_\_\_ (2000). *Los usos sociales de la ciencia*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- CASTELLS, M. (2006). *La era de la información. La sociedad Red*. Tomo I. México: Siglo XXI.
- CERVANTES, C. (1995). ¿De qué se constituye el habitus en la práctica periodística? *Comunicación y sociedad*, 24.
- \_\_\_\_\_ (1996). Construcción primaria del acontecer y planeación de la cobertura informativa. Propuesta metodológica para su estudio. *Comunicación y Sociedad*, 28.
- CLIFFORD, J. (2003). Sobre la autoridad etnográfica. En C. Reynoso (Comp.). *El surgimiento de la antropología posmoderna*. Barcelona: Gedisa.
- DE LEON, S. (2003). *La construcción del acontecer. Análisis de las prácticas periodísticas*. México: Universidad Autónoma de Aguascalientes, Universidad de Guadalajara, CONEICC.
- DEMERS, F. (1997). Tres representaciones del campo periodístico. *Comunicación y Sociedad*, 30.
- ESSER, F. (1998). Editorial Structures and Work in British and German Newsroom. *European Journal of Communication*, 3(13).
- FISHMAN, M. (1983). *La fabricación de la noticia*. Buenos Aires: Ediciones Tres Tiempos.

- FOUCAULT, M. (2002). *Estrategias de poder. Obras esenciales, volumen II*, España: Paidós.
- GANS, Herbert J. (1980). *Deciding What's News. A study of CBS News, NBC Nightly News, Newsweek and Time*. Nueva York: Vintage Books.
- GARCÍA CANCLINI, N. (2002). *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México: Grijalbo.
- GIDDENS, A. (2006). *La constitución de la sociedad. Bases para la teoría de la estructuración*. Buenos Aires: Amorrortu.
- GONZÁLEZ, G. (1986). Valores Noticiosos: la distribución desigual del acceso periodístico. *Avances de Investigación*, 3.
- \_\_\_\_\_ (1990). *The Production of Mexican Television News. The Supremacy of Corporate Rationale*. Tesis de doctorado. Gran Bretaña: Universidad de Leicester.
- GUTIÉRREZ, R. (2005). *Información y democracia. Los medios de comunicación social y su influencia sobre la política. El caso de México*. México: Ediciones Pomares, Universidad Autónoma Metropolitana.
- HABERMAS, J. (2004). *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública*. Barcelona: Gustavo Gili.
- HERNÁNDEZ, M. F. (1995). *La Producción Noticiosa*. México: Universidad de Guadalajara.
- \_\_\_\_\_ (2000). La investigación sobre producción de noticias desde América Latina. En G. Orozco (Coord.). *Lo viejo y lo nuevo. Investigar la comunicación en el siglo XX*. Madrid: Ediciones de la Torre.
- HIRSCH, P. (1980). Occupational, Organizational and Institutional Models in Mass Media Research. Toward an Integrated Framework. *Mass Communication Review Yearbook*, 1.
- LECHNER, N. (1995). *Los patios interiores de la democracia. Subjetividad y política*. Chile: Fondo de Cultura Económica.
- LEÓN, E. (2000). *Usos y discursos teóricos sobre la vida cotidiana*. Madrid: Anthropos, Universidad Nacional Autónoma de México.
- MARTÍN SERRANO, M. (1994). *La producción social de comunicación*. México: Alianza Editorial.
- MATTELART, A. y M. Mattelart. (1997). *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona: Paidós.
- McBRIDE, S. (1987). *Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo*. México: Fondo de Cultura Económica.
- McCOMBS, M. (2006). *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y el conocimiento*. Barcelona: Paidós.
- MIURO, I. (2006). *Globalización de la información y agencias de noticias. Entre el negocio y el interés general*. Barcelona: Paidós.

# De gema a basura: representaciones de la mujer en el bolero y sus implicaciones en la vida cotidiana

Evangelina Tapia Torar

- NAVARRO, A. M. (2005). La construcción del imaginario social de cultura a partir de las prácticas del Instituto Cultural de León y el periódico AM. Tesis de maestría. México: ITESO.
- ORTEGA, G. F. (2005). Contexto económico del estado de Aguascalientes. *Caleidoscopio. Revista Semestral de Ciencias Sociales y Humanidades*, 18.
- ORTIZ, R. (2003). *Lo próximo y lo distante. Japón y la modernidad-mundo*. Buenos Aires: Interzona.
- PADILLA, M. R. (2007). Ciudadanía y ciudad. La búsqueda desde la exclusión por insertarse en el proyecto común. El caso de Aguascalientes. En Ramírez Saíz, *Descentramiento de la ciudadanía nacional*, Cuaderno de Trabajo No. 2 del Doctorado en Estudios Científico-Sociales, México: ITESO.
- REYES, A. (2003). Liderazgo político en Aguascalientes 1920-1998. *Caleidoscopio. Revista Semestral de Ciencias Sociales y Humanidades*, 14.
- \_\_\_\_\_. (2004). *Nudos de poder. Liderazgo político en Aguascalientes. Fin de un ciclo 1920-1998*. México: Universidad Autónoma de Aguascalientes, Consejo Ciudadano para el Desarrollo Cultural del Municipio de Aguascalientes.
- RINGOOT, R. y J. M. Utard. (2005). *Genres journalistiques et « dispersion » du journalisme*. Francia: Paper.
- ROMO, A. et al (2002). El desarrollo económico de la región centro-norte de México (1985-1997). *Caleidoscopio. Revista Semestral de Ciencias Sociales y Humanidades*, 12.
- SCHUTZ, A. (1995). *El problema de la realidad social*. Buenos Aires: Amorrortu.
- SIGAL, L. V. (1973). *Reporteros y funcionarios. La organización y las normas de la elaboración de noticias*. México: Ediciones Gernika.
- VIZER E. (2003). *La trama (in)visible de la vida social. Comunicación, sentido y realidad*. Buenos Aires: La Crujía Ediciones.
- WALLERSTEIN, I. (2002). *Conocer el mundo, saber el mundo. El fin de lo aprendido. Una ciencia social para el siglo XXI*. México: Siglo XXI, Universidad Nacional Autónoma de México.
- WOLF, Mauro. (1997). *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas*. México: Paidós.

## Fuentes electrónicas

- LIPPMANN, W. (2003). *Public Opinion*, USA: University of Virginia, American Studies Program 2002-2003.  
<http://xroads.virginia.edu/~Hyper2/CDFinal/Lippmann/contents.html>

## Introducción

*Este trabajo muestra un análisis de las letras de boleros para identificar algunas de las representaciones más tradicionales de la mujer y, por correspondencia, de los hombres, como uno de los mecanismos que nuestra sociedad ha creado para conservar elementos tradicionales en este mundo globalizado.*

Como punto de partida, se considera al bolero como una manifestación de cultura popular, y aunque este postulado puede ser discutible, aquí no se abordará tal problemática; simplemente mencionaremos que es un género musical que ha estado presente en los diferentes medios masivos de comunicación y que maneja códigos y mensajes significativos para sus escuchas. El bolero, al tener un acompañamiento musical que se va actualizando constantemente tanto por cantantes de moda como por formas interpretativas que