

**Dos semanas en la prensa
latinoamericana:
un análisis desde la perspectiva de la sociología
de la producción de mensajes (newsmaking)***

**Two weeks in the latin-american press:
an analysis from the
newsmaking sociology perspective**

***Duas semanas na imprensa latino-americana:
uma análise na perspectiva da sociologia
da produção de mensagens (newsmaking)***

MAGDALENA
ELIZONDO
TORRES



Maestra en Ciencias de la Educación en Ciidet, de Querétaro, y en Comunicación por el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, México, es profesora del Departamento de Ciencias de la Comunicación de esta última institución.
E.mail: melizond@campus.mty.itesm.mx.

* Ponencia presentada en la 50a. Conferencia Anual de la International Communication Association (ICA), junio de 2000.

ELIZONDO TORRES, Magdalena. Dos semanas en la prensa latinoamericana: un análisis desde la perspectiva de la sociología de la producción de mensajes (newsmaking). *Comunicação & Sociedade*. São Bernardo do Campo: PósCom-Umesp, n. 34, p. 55-84, 2º sem. 2000.

Resumen

El estudio presenta algunas evidencias del periodismo que se realiza en Latinoamérica, a la luz de la teoría de la Sociología de la Producción de Mensajes. En él se analizan elementos tales como las rutinas de trabajo, el género del reportero, el uso de información de las agencias, tanto nacionales como extranjeras, boletines de prensa, entre otros. Por un lado, se identifican las prácticas organizacionales, como el género del periodista y género noticioso, y la existencia de rutinas de trabajo en cuanto a la recolección y/o selección de las fuentes de información. Por otra parte, se encontró que existe una clara inclinación al uso de fuentes gubernamentales u oficiales o, en su defecto, al uso de notas provenientes de agencias de noticias y al uso excesivo del género de la noticia, dejando casi en cero al periodismo de investigación.

Palabras-claves: Sociología de la Producción de Mensajes, newsmaking, condicionamientos externos, condicionamientos internos.

Abstract

This study presents data about the Latin American press using the newsmaking theory. It analyzes elements such as working routines, reporter gender, usage of national and international news agencies, bulletins etc., and also identifies organizational practices in terms of the gender of journalists and news genres. This paper also deals on the existence of working routines, about collection and selection of information sources. On the other hand, it analyses the clear trend of depending on governmental and official sources, or the use of news agencies, and the excessive employment of the news story genre, leaving the investigative journalism almost in zero.

Keywords: Message production sociology, newsmaking, outward conditioning, inward conditioning.

Resumo

O estudo apresenta algumas evidências do jornalismo que se realiza na América Latina, à luz da teoria da Sociologia a Produção de Mensagens. Nele se analisam elementos como as rotinas de trabalho, o gênero do repórter, o uso da informação provida de agências tanto nacionais como estrangeiras, boletins de imprensa, entre outros. Por um lado, identificam-se as práticas organizacionais, como o sexo do periodista, o gênero noticioso e a existência de rotinas de trabalho quanto à recopilção e/ou seleção das fontes de informação. Por outro, descobriu-se que existe uma clara inclinação ao uso de fontes governamentais/oficiais ou, em seu efeito, ao uso de notas provenientes de agências de notícias e ao uso excessivo do gênero da notícia, deixando quase no zero o jornalismo investigativo.

Palavras-chaves: Sociologia da Produção de Mensagens, newsmaking, condicionamentos externos, condicionamentos internos.

Introducción

Antecedentes

El rol de la prensa en Latinoamérica ha cambiado al paso del tiempo. Fernando Reyes-Matta (1992, p. 75) señala que en la década de los ochenta los movimientos en favor de la democracia estuvieron fuertemente influenciados por la prensa. Hablamos de una época en la que algunos países de Sudamérica estaban sometidos a regímenes militares, como era el caso de Paraguay (1989) y Chile (1990). En Centroamérica, la prensa contribuyó al retorno de la paz y la democracia, como es el caso de Nicaragua (1990) y el Salvador (1991).

Por otra parte, el mundo estaba experimentando cambios dramáticos en su configuración como tal; entre dichos aspectos se destacan: 1. el fin de la bipolaridad entre los Estados Unidos de Norteamérica y la Unión Soviética; 2. la disolución del Bloque Socialista y de la Europa del Este; 3. la generalización de la economía de mercado y flujos de capital a nivel mundial; y 4. el desarrollo de la tecnología y las telecomunicaciones.

En este último rubro es en el que la prensa como medio de comunicación de masas ha jugado un papel muy importante. Hablamos de una década de los noventa caracterizada por una “nueva era política y económica” que redefine no sólo las relaciones internacionales sino el papel de muchas organizaciones que ven que su estructura ya no es operante

Esta nueva estructura política y económica mundial es un factor decisivo en la evolución del periodismo latinoamericano; la evidencia de esto puede encontrarse en tres aspectos – definidos pero no explicados por Reyes-Matta (1992, p. 74-75): a) la declinación de la influencia de los medios debido especialmente a la lucha de los derechos humanos, al derrocamiento de los gobiernos militares y al ingreso de la democracia (por ejemplo, periódicos como *Fortín*, en Chile, y *La Hora*, en Uruguay, y Radio Ñanduti, en Paraguay); b) la privatización de los medios propiedad del Estado o el incremento en la autonomía de los medios de comunicación públicos (por ejemplo, el periódico *La Nación*, en Chile, la televisora *ATC Color* propiedad del gobierno, en Argentina, e *Imevisión*, en México); c) el desarrollo de nuevos medios, autoproclamados como “modernos”, con fuertes alianzas internacionales y su propia red de correspondencia.

Todo esto nos invita a una reflexión del estado de la prensa latinoamericana. Para ello nos basaremos en el enfoque de la Sociología de la Producción de Mensajes (también llamado en ocasiones por su nombre en inglés “newsmaking” o identificado como Sociología de la Producción de Noticias), el cual considera como elementos de análisis los condicionantes presentes en la elaboración de las noticias, en este caso de la prensa latinoamericana. Desde esta perspectiva, encontramos en la tipificación anterior un elemento-clave para el análisis que nos llevaría a identificar a las fuentes de información – y no sólo a ellas, sino a las agencias que se encargan de la difusión de la noticia a nivel tanto nacional como internacional; esto es importante, ya que la Sociología de la Producción de Mensajes considera como necesario determinar la magnitud de la presencia de noticias proporcionadas por agencias internacionales, desprendiéndose así una de las preguntas de investigación del proyecto. Cabe destacar que, sumado a lo anterior, se identifica en las rutinas de trabajo un elemento más que condiciona la configuración final de los periódicos cada mañana.

Los antecedentes más cercanos a un estudio similar y con difusión internacional fue el realizado por el Centro Internacional de Estudios Superiores de Periodismo para América Latina (Ciespal) en 1962, el cual tenía por objetivo determinar la oferta noticiosa de América Latina. Previo a este estudio, Ciespal (1967) reporta haber identificado tres investigaciones parecidas, que fueron: la de Paul J. Deutschmann (1952), de los diarios del circuito de Scripps-Howard, de los Estados Unidos; la de Jacques Kayser (1953), un análisis morfológico de diecisiete diarios intencionalmente seleccionados de varios continentes; y la de Wilbur Schramm, un análisis de contenido de las informaciones sobre dos acontecimientos de importancia en doce diarios del mundo.

Ubicar estudios posteriores a 1962 ha sido muy difícil y hasta el momento se cuenta con poca evidencia de otros estudios de tal magnitud. Se tienen referencias de un estudio similar, realizado por Fernando Reyes-Matta (1992), de la Universidad Andrés Bello, en Chile, quién cita un trabajo suyo relacionado con el análisis de agencias de noticias en América Latina, pero no aclara la magnitud ni las características del mismo.

Definición del problema

A partir de las noticias publicadas en los periódicos latinoamericanos, el presente estudio realizó una inferencia sobre la manera en que determinantes como el género del reportero, las rutinas organizacionales, las fuentes de información y las agencias de noticias influyen en el contenido de dichos medios.

El estudio se llevó a cabo utilizando la técnica del análisis de contenido en dos semanas, una natural y otra compuesta. La primera, del 12 al 19 de mayo; la segunda se conformó de la siguiente manera: 27 de mayo, 4, 12, 20, 28 de junio y el 6 de julio de 1997.

La Sociología de la Producción de Mensajes pone énfasis en aspectos tales como:

a) El género del reportero, lo cual nos permitirá determinar si existe o no un desequilibrio en el trabajo periodístico que pudiese estar favoreciendo una visión masculina de los acontecimientos, o si definitivamente puede concluirse que en el periodismo latinoamericano se puede hablar de temáticas en las que la presencia femenina es mayor;

b) El tipo de género periodístico más utilizado, a fin de descubrir si existe en la prensa un género que predomine o si por el contrario se presenta una diversidad de géneros, incluyendo el periodismo de investigación o artículos de fondo, y así determinar que tipo de rutinas de trabajo periodístico prevalece en el producto final que llegará a las manos de la población, objetivo central de la teoría a la luz de la cual se interpretará lo encontrado;

c) Las fuentes informativas utilizadas en cada nota, ya que ello puede indicar sesgos en noticia al privilegiar a ciertas fuentes; por ejemplo, la perspectiva gubernamental o de algún grupo o sector determinado, minando con ello la “visión objetiva” del hecho que permitirá que el público emita su propio juicio;

d) Y finalmente el análisis del número de agencias informativas utilizadas, que, como ya mencionado, nos permitirá determinar la influencia que el país de origen de la agencia pueda tener en la configuración de la agenda noticiosa de los países latinoamericanos, además de que cada una imprime la visión institucional del acontecimiento reseñado. Es necesario señalar que la Sociología de la Producción de Mensajes nos permite analizar a los medios y determinar la perspectiva de los mismos, al identificar dos polos de interés en el estudio: “... la cultura profesional de los periodistas; la organización del trabajo y de los procesos productivos. Las conexiones y las relaciones entre los dos aspectos constituyen el punto central de este tipo de investigación” (Wolf, 1987, p. 214).

La identificación de elementos tales como rutinas de trabajo, género del reportero, uso de información de las agencias tanto nacionales como extranjeras, boletines de prensa oficiales, de las organizaciones no-gubernamentales, de la sociedad civil

e incluso de la iniciativa privada, ruedas de prensa y eventos no-espontáneos, entre otros, permitirá describir qué elementos participan, y en qué medida, en la conformación de la agenda informativa de los periódicos latinoamericanos.

Será necesario determinar incluso si existe un porcentaje importante de noticias recopiladas mediante corresponsales fijos, enviados especiales o fuentes secundarias, además de identificar si se hace o no periodismo de investigación; todo ello nos proporcionará información básica para poder describir lo que ocurre no sólo en el entorno latinoamericano.

El elemento más preocupante de este estudio, es el hecho de determinar cuál es la conformación de la información que ponemos a disposición de la opinión pública, pues ella finalmente conformará “la agenda” en nuestros países latinoamericanos.

Justificación

El proyecto encuentra razones para ser relevante como un estudio de comunicación internacional, entre las que destacan que:

1. Permitirá describir la oferta noticiosa en función a los siguientes aspectos: a) Cuántas fuentes avalan la información contenida en cada nota periodística; b) Qué agencias tanto nacionales como internacionales predominan en el periodismo; c) Qué porcentaje de espacios se destinan a cada tipo de fuente – organización gubernamental, organización no-gubernamental, sociedad civil e iniciativa privada – y si existe equilibrio entre ellas; d) Determinar si se realiza y en qué porcentaje el periodismo de investigación.

2. Permitirá analizar, en función a lo antes señalado, el perfil de oferta noticiosa de cada país latinoamericano estudiado, para posteriormente determinar si se encuentra una correlación positiva u homogeneidad en las prácticas periodísticas en toda América Latina.

3. El estudio correlacional nos permitirá emitir conclusiones de lo que pasa en el periodismo latinoamericano, lo cual nos dará elementos de análisis que nos conduzcan a una

autoevaluación crítica de la función del periodismo y su impacto como agente formador de la agenda latinoamericana a la luz de la Sociología de la Producción de Mensajes.

Limitaciones del estudio

1. Las conclusiones a las que se lleguen se basarán en las inferencias desde el mensaje; no se corroborarán, como sería ideal, en una investigación directa de la producción de noticias.

2. Es un estudio transversal y no longitudinal, ya que se analizarán dos semanas de la prensa latinoamericana, una semana natural y una compuesta. Esto significa que el estudio aportará información relevante sobre lo que a mediados de 1997 ocurría en la prensa latinoamericana, pero no se podrán generalizar los resultados a un período anterior o posterior al mismo.

3. No están representados todos los países latinoamericanos, por lo que no se puede generalizar ni a la prensa de toda América Latina, ni a la prensa de todo el país sí incluido.

Delimitaciones

1. Delimitación geográfica: se analizarán ocho de los principales periódicos diarios latinoamericanos de los siguientes países: Argentina, Brasil, República Dominicana, Nicaragua y México; así mismo, se analizarán dos periódicos españoles para elaborar una comparación con lo que ocurre en Latinoamérica.

2. Delimitación temporal: se analizarán periódicos en una semana natural y una compuesta de los meses de mayo y junio de 1997, específicamente los días 12,13, 14, 15, 16, 17, 18, 19 y 27 de mayo, 4, 12, 20, 28 de junio y 6 de julio.

Una vez definido y explicitado el valor del estudio, definiremos en el siguiente capítulo los límites teóricos y la evidencia empírica que lo sustenta.

Metodología

Para el estudio de los mensajes se utilizó la técnica del análisis de contenido, debido a su capacidad para proveer de

información valiosa sobre los aspectos que analizaremos en los ocho periódicos seleccionados en el estudio.

Muestra de los diarios

La investigación se basó en el análisis de contenido de los diarios de los siguientes países de América Latina: *El Clarín*, de Buenos Aires, y *La Nueva Provincia*, de Bahía Blanca, en Argentina; *Zero Hora*, de Porto Alegre, en Brasil; *El Mercurio*, de Santiago de Chile; *Listín Diario*, de Santo Domingo, en la República Dominicana; *El Norte*, de Monterrey, y *Excélsior*, en México; y *La Tribuna*, de Managua, en Nicaragua. Además, la muestra incluyó dos periódicos de España – *Vanguardia*, de Barcelona, y *El País*, de Madrid –, a fin de comparar las variables seleccionadas y determinar si existen similitudes entre el periodismo latinoamericano y el español

Muestra de tiempo

Siguiendo la tradición de la prensa mundial en el análisis de contenido como el efectuado por la Unesco/IAMCR (International Association for Media and Communication Research) en 1979 (Sreberny-Mohammadi, 1990), este estudio se basó en una semana cronológica y una semana compuesta. La semana cronológica fue seleccionada para analizar la cobertura internacional en una verdadera semana de la prensa de Latinoamérica y detectar el énfasis general y las tendencias. La semana compuesta se incluyó para compensar la posible ruptura del patrón normal de la cobertura de las noticias internacionales a causa de eventos extraordinarios. La semana cronológica fue del 12 al 18 de mayo de 1997. La semana compuesta abarcó los días 19 y 27 de mayo, 4, 12, 20 y 28 de junio y el 6 de julio del mismo año.

Equipos de investigación

Este proyecto fue realizado con base en el apoyo de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC) y el Programa de Postgrado en Comunicación del

Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (Itesm). La investigación fue coordinada por José Carlos Lozano Rendón desde Monterrey, México. Para la construcción de la base de datos se trabajó en cuatro equipos de investigación: uno en Monterrey; uno en São Paulo, Brasil; uno en Buenos Aires, Argentina; y uno en Barcelona, España.

El proyecto de análisis de contenido de periódicos se llamó “Dos semanas en la prensa latinoamericana: 30 años después” y estuvo integrado por José Carlos Lozano Rendón, Magdalena Elizondo Torres, Elvira Toba, Jorge Marroquín Narváez y Edgar Gómez Cruz, del Itesm/campus Monterrey, México; Ada Cristina Machado Silveira, de la Universidad Federal de Santa Maria, Brasil; Martín Becerra, de la Universidad Nacional de Quilmes, Argentina Alejandra Matiasich y Alfredo Alfonso, de la Universidad Nacional de La Plata, Argentina; Luciane Delgado Aquino y Francisco Javier Martínez, de la Universidad Autónoma de Barcelona, España.

Cada equipo de investigación recibió un paquete general de instrucciones y el manual de codificación, que describe el método de la muestra y las categorías de análisis; así mismo recibieron la hoja de codificación en la que se debían recabar los datos del estudio. Los equipos se hicieron responsables de codificar los periódicos seleccionados para la configuración del banco de datos.

Resultados y discusión

En este capítulo se dará respuesta a cada una de las preguntas de investigación planteadas en el estudio, desde la perspectiva de la Sociología de la Producción de Mensajes. Con este fin se analizaron diez periódicos con un total de 1.452 noticias de la sección internacional de los periódicos.

¿Existe un desbalance entre las notas firmadas por mujeres y las notas no firmadas o las firmadas por hombres?

Para dar respuesta a esta interrogante podremos ver los resultados encontrados, en que se incluyen los diarios latinoamericanos como los españoles (ver cuadro 1).

CUADRO 1 – PORCENTAJE GENERAL DE NOTAS POR GÉNERO DEL PERIODISTA

<i>SEXO</i>	<i>NOTAS TOTALES</i>	<i>%</i>
Masculino	246	78,3
Femenino	62	19,7
Ambos	6	1,9
<i>TOTAL</i>	314	100,0

Esta tabla refleja un gran desbalance en los periódicos latinoamericanos y los dos españoles, en cuanto a la cantidad de notas firmadas por mujeres, superadas en casi cuatro veces más por las firmadas por hombres. Sólo se encontraron en el análisis seis notas trabajadas y firmadas en conjunto.

Por otro lado, se debe enfatizar que la tabla sólo refleja el número de notas firmadas por corresponsales, identificando que existe una fuerte tendencia representada por el 76% de no firmar las notas publicadas en el periódico, lo cual nos lleva a asumir el importante peso de las agencias de noticias como fuentes de primera mano y proveedores industriales de la noticia para los periódicos latinoamericanos, aspecto que se discutirá más adelante con la evidencia empírica recopilada. Por lo que podemos concluir que:

1. El acceso de la mujer en la cobertura internacional de los medios de información regionales es aún muy limitada, en términos de los corresponsales de los diarios o en algunos casos por notas proveídas por agencias de noticias, pero firmadas por los reporteros;

2. Existe muy escaso o casi nulo periodismo en colaboración entre hombre y mujeres, lo cual puede ser un reflejo de las prácticas profesionales vigentes, que dificultan el trabajo colaborativo incluso a reporteros del mismo género; sin embargo, otra posible razón podría deberse a las diferencias en percepción y repertorio verbal entre los hombres y las mujeres, hecho que podremos inferir en la relación entre el género del reportero y el número de fuentes utilizadas a estudiar más adelante;

3. Se puede inferir, con base en las evidencias, que los condicionamientos organizacionales se hacen presentes al limitar en número y género a los reporteros y enviados especiales de los diarios. Una de las causas podrían ser las políticas de contratación de los diarios, así como la asignación de roles a las mujeres dentro del mismo. Este aspecto sólo se podría verificar al analizar las políticas de contratación y del análisis de puestos, área de oportunidad para las organizaciones periodísticas. Cabe destacar lo señalado por Shoemaker (1991), que indica que esta tendencia está cambiando en los Estados Unidos, al citar a Weaver y Wilhoit, en el que señalan que las mujeres constituyen aproximadamente el 60% de los estudiantes de periodismo y comunicación masiva, se puede esperar que el porcentaje de las mujeres continúe incrementándose. Sin embargo, esto no necesariamente significará más reporteras. Muchas mujeres estudiantes se están capacitando para carreras en relaciones públicas y publicidad y puestos de comunicación masiva que no están incluidos en las estadísticas de Weaver y Wilhoit. De hecho, el estudio de Becker, Fruit y Caudill (1987) muestra que es menos posible que las estudiantes elijan estudios sobre redacción de noticias y más probable que escojan relaciones públicas, que los estudiantes varones (Shoemaker, 1991, p. 66).

Es claro, como lo señalan los estudios de género, que la percepción es un aspecto que determina tres actividades cognitivas fundamentales para el trabajo periodístico, que son: selección, organización e interpretación de los hechos. Estudios realizados por Oeser, Caldwell, Eisenman y Johnson, Looft y Baranowski encontraron que “las mujeres prefieren los estímulos más complejos que los que prefieren los hombres” (Pearson, 1993, p. 64). Por otro lado, Andrews observó que “al defender sus puntos de vista los hombres más que las mujeres tendían a aferrarse a un criterio establecido. Las mujeres tendieron a tomar en cuenta los problemas de forma menos literal y más compleja que los hombres” (p. 64). Otros estudios sugieren que las mujeres tienden a narrar de otra forma lo que han percibido, “poseen mayor libertad para incluir detalles propios” (p. 65).

CUADRO 2 – PORCENTAJE GENERAL DE NOTAS EN CADA PERIÓDICO
POR GÉNERO DEL PERIODISTA

PERIÓDICO	HOMBRE		MUJER		AMBOS	
	N	%	N	%	N	%
El Clarín	18	46,0	21	54,0		0,0
La Nueva Provincia	2	67,0	1	33,0		0,0
Zero Hora	8	73,0	3	27,0		0,0
La Tribuna	11	65,0	1	6,0	5	29,0
El Mercurio	9	60,0	6	40,0		
Listín Diario	1	100,0				
Excélsior	40	91,0	4	9,0		0,0
El Norte	28	70,0	11	28,0	1	2,0
Vanguardia	49	94,0	3	6,0		0,0
El País	80	87,0	12	13,0		0,0

Sin embargo, es necesario señalar que no se tiene evidencia del peso de las prácticas de socialización de los nuevos periodistas, en cuanto a muchas variables determinantes de lo considerado noticiable, una vez que han ingresado a las organizaciones informativas. La Sociología de la Producción de Noticias señala aún cuando el peso ponderado de los círculos externos es mayor; el círculo inicial, el de las variables individuales, debe ser considerado en el estudio de los condicionantes en la conformación de la oferta noticiosa.

Se puede señalar que los estudios de género antes reportados indican la potencial riqueza de una mayor participación de la mujer en el ámbito periodístico, lo que se puede ganar cualitativamente hablando.

Ahora analizaremos los resultados de las diferencias entre las notas firmadas por hombres y por mujeres en cada uno de los diez diarios analizados, a fin de identificar si existen diferencias sustanciales entre cada uno de los diarios latinoamericanos y compararlos con los dos de origen español (ver cuadro 2).

La tabla nos muestra que sólo *El Clarín*, de Buenos Aires, posee un mayor equilibrio en las notas firmadas por mujeres que por hombres. El diario podría asumirse como un modelo

que permite la participación equilibrada de hombres y mujeres periodistas en la sección internacional y ejemplo para el resto de los diarios.

Podemos destacar que el resto de los diarios, incluyendo lo dos españoles, no presentan un comportamiento muy diferenciado. Es decir, el número de notas firmadas por hombres es mayor que el de las notas firmadas por mujeres en la sección internacional. Esto nos lleva a pensar que existen, tal vez por el origen latino común, comportamientos similares en la cultura española y la latinoamericana en cuanto al rol de la mujer en los medios periodísticos; sin embargo, estudios norteamericanos, antes reportados, señalan el desbalance de oportunidades de la mujer en los medios, convirtiendo la problemática antes descrita en un fenómeno no sólo del continente americano sino posiblemente un problema internacional.

En Estados Unidos encontramos que estudios señalan que

a medida que aumenta el número de puestos de los medios, las mujeres empiezan a realizar incursiones a nivel administrativo. El porcentaje de mujeres que supervisan a los editores (como los redactores en los periódicos o productores de noticiarios en la televisión y radio) ha aumentado de 12 por ciento en 1971 a 28 por ciento en 1982 (Shomaker, 1991, p. 67).

Se debe destacar que la evidencia encontrada da muestras de desbalance de oportunidades en los medios informativos regionales para las mujeres en la sección internacional, aún cuando desconocemos lo que ocurre con la fuerza laboral de las agencias de noticias. Buscar el balance en las notas firmadas por hombre y mujeres permitirá conformar una nueva cultura y lógica en el tratamiento periodístico del acontecer internacional.

¿Existe un género periodístico en el que participen más las mujeres?

Los géneros periodísticos identificados en este estudio son: las notas breves (de un a cuatro párrafos), las notas normales, los reportajes, las entrevistas, las reseñas, las crónicas,

los editoriales del periódico, las columnas y los artículos de opinión, los cuales fueron considerados como periodismo de fondo o de investigación. La interrogante se centra en determinar si en alguno de esos géneros participan más las mujeres reporteras.

Encontramos que existen tres géneros en los que la mujer se destaca con respecto a los hombres: en la noticia, que es el género más utilizado por todos los diarios. En este sentido podemos hablar de una buena participación, al representar el 19% de las notas firmadas en la sección de internacional. Se desconoce la participación en las notas generadas por agencias de noticias. En la nota breve encontramos que el 66% son notas firmadas por mujeres; sin embargo el número de notas en este género es de tres. En la entrevista, se presenta un equilibrio entre las notas firmadas por hombres y por mujeres, tendiendo a lo que se consideraría ideal, al firmar 50% y 50% de las notas en los diarios.

Existen géneros como la columna y el editorial en los que se reduce a cero la participación de la mujer. Cabe señalar que estos géneros son de carácter opinativo y crítico, lo cual indica que son posiblemente roles no confiados a las mujeres.

Es destacable el dato reportado por Merrill, Lee y Friedlander (1992) en el que se reportan los hallazgos de la participación de la mujer en los medios de Estados Unidos, ubicándola dentro de la categoría de minorías étnicas y negros. El reporte señala que

sólo son el 37 por ciento del personal de los periódicos diarios y del personal de las salas de redacción. Sin embargo, sólo el 16 por ciento de los puestos más altos de las salas de redacción era desempeñado por mujeres y sólo el 6 por ciento del total de los periódicos estadounidenses es publicado por mujeres. En resumen, los periódicos diarios de EEUU están controlados por hombres de raza blanca. No obstante, muchos periodistas y editores de nivel medio son mujeres y están empezando a tener puestos administrativos en las salas de redacción (p. 190-191).

En América Latina se encontró poca evidencia de estudios similares, sólo lo señalado en el estudio de José Carlos Lozano (1996, p. 63), de una investigación realizada en la ciudad de Monterrey, México, en la cual se estudió a los reporteros locales de prensa y televisión. Se encontró que el 53% de los reporteros eran mujeres.

Por otro lado, contamos con un estudio realizado en Venezuela por Jesús Ma. Aguirre, en el que señala que en una encuesta aplicada a periodistas venezolanos, “encontró que 66 eran del sexo masculino y sólo 31 (el 32 por ciento) del femenino. En los puestos gerenciales había 22 hombres por sólo 8 mujeres” (1992, p. 72). Sin embargo, es claro que si en un país del primer mundo, como lo es los Estados Unidos de Norteamérica, las mujeres gozan de pocos puestos de importancia y un reducido número de puestos disponibles, lo mismo podría estar ocurriendo en América Latina. La evidencia recopilada en este estudio nos permite afirmar que:

1. Sí existe un gran desbalance en la participación de la mujer en los distintos tipos de géneros periodísticos en los periódicos latinoamericanos y los dos españoles analizados, en las secciones de internacional;

2. Se ve claramente relegada de las secciones de internacional que utilizan géneros periodísticos de importancia para la transmisión y explicación de la postura ideológica de los diarios, como lo son el editorial y la columna.

3. La evidencia analizada en las secciones de internacional señala que los medios impresos de Latinoamérica están dominados por hombres, al igual que lo reportado en los estudios norteamericanos. Cabe señalar que se desconoce lo que ocurren en las agencias de noticias, las cuales representan el 76% del total de las notas de los diarios.

¿Existen temáticas en las que la presencia de la mujer se haga más patente?

En el estudio se identificaron las temáticas en las que participan tanto el hombre como la mujer en las notas firma-

das en los diarios. Los resultados nos permiten visualizar que existe desbalance en las coberturas de todo tipo de acontecimientos noticiables entre los hombres y las mujeres. Cabe señalar que el número de notas firmadas por los diarios son muy reducidas. Sin embargo el estudio permite concluir lo siguiente:

1. En la cobertura de temas relacionados con narcotráfico, asuntos económicos, Tratados de Libre Comercio, proyectos industriales, problemas sociales en general, campañas educativas, crímenes y motines, asesinatos o atentados políticos, torturas y derechos humanos, disturbios y problemas relacionados con la migración, las mujeres poseen nula participación, aún cuando las notas firmadas por hombres son pocas en número.

2. Existen algunos temas que son firmados en conjunto por un periodista hombre y una mujer: actividades diplomáticas, conflictos o crisis internas, elecciones, acciones de paz y problemas económicos. Es necesario destacar que el número de participaciones en conjunto en estos tópicos es reducido en comparación al de la participación de los hombres como firmantes de las notas. Se puede señalar al respecto que un factor decisivo en este resultado es la forma en que se realizan las prácticas profesionales y las características propias del trabajo periodístico.

3. Sólo existen dos tópicos donde la presencia de la mujer es absoluta: agricultura y temas relacionados con la planificación familiar. Sin embargo, aún cuando el 100% de las notas son firmadas por mujeres, el número de notas de esta naturaleza se reduce a una por tópico, lo cual no representa evidencia suficiente para poder concluir de forma contundente la presencia de la mujer en algún tópico determinado.

4. Podemos visualizar, como ya antes se ha comentado, el desbalance en las oportunidades de todo tipo de notas tanto para las mujeres como para los hombres. Sin embargo, la evidencia indica que existe un mayor rango de tópicos en los que los hombres participan más que las mujeres.

Merrill observa lo que puede ser una razón que explique lo anteriormente señalado:

En resumen, los periódicos diarios de EEUU están controlados por hombres de raza blanca. No obstante, muchos periodistas y editores de nivel medio son mujeres y están empezando a tener puestos administrativos en las salas de redacción (1992, p. 191).

¿Se puede señalar que en los periódicos latinoamericanos se aprecia un alto número de notas distribuidas por agencias de noticias?

El análisis del contenido de los diarios estudiados nos permite contestar la interrogante planteada anteriormente: la respuesta es sí, ya que el 76% de las noticias que se publican en los diarios latinoamericanos estudiados, incluyendo los dos españoles, provienen de ellas.

Se sabe que en definitiva una de las razones por las cuales los diarios no poseen corresponsales en cada evento identificado como noticiable es el alto costo económico que para la empresa representa; además de poseer tirajes pequeños comparados con el número de habitantes por región. Esto vuelve incosteable para los periódicos el poseer corresponsales, sumado a lo anterior. América Latina posee un alto índice de pobreza y de población analfabeta y analfabeta funcional, lo cual hace más difícil el incrementar la solvencia de los diarios regionales.

Cabe entonces señalar que se asumen otros riesgos que difícilmente podemos mediar por la falta de información que permita triangular las versiones sobre un suceso reportado en los diarios. Entre los riesgos más grandes se encuentra la predominancia de agencias trasnacionales occidentales como lo son EFE, AFP, AP y la combinación de dos o más trasnacionales, con un 52% de participación en los diarios latinoamericanos, con un mínimo de 113 notas. Lo anterior nos lleva a reflexionar en lo planteado por Van Dijk (1997), quien señala que

los medios de comunicación juegan un papel muy específico en estas estructuras sociales; tanto si se trata de instituciones privadas como estatales, los medios (dominantes) están, ante todo, fuertemente asociados con las formaciones sociales y las instituciones dominantes (p. 52).

Por otro lado es destacable el hecho de que

en las sociedades industrializadas, por consiguiente, los medios de comunicación son la institución principal de re-producción ideológica, probablemente más importante que el sistema de comunicación y, por lo tanto, los periodistas no realizan esa tarea en solitario (Van Dijk, 1997, p. 53).

De ahí que la influencia ejercida por las las agencias se haga más clara al contar con su apoyo “incondicional” y convertirse potencialmente en vehículos de transmisión e influencia ideológica.

¿Existe la presencia equilibrada de las grandes agencias internacionales en las notas internacionales vs. la presencia de alguna agencia en particular?

Como se ha mencionado anteriormente, se encuentra la predominancia de agencias trasnacionales occidentales como lo son EFE, AFP, AP y la combinación de dos o más trasnacionales con un 52,47% de participación en los diarios latinoamericanos. Sin embargo, en definitiva encontramos la presencia de dos grandes agencias que dominan la distribución noticias – la EFE, con un 15% del mercado latinoamericano estudiado, y la agencia AFP, con un 15,49% del mercado –, convirtiéndose en las que mayor peso ponderado de influencia poseen en los países de América Latina.

¿Se puede afirmar que existe dependencia de los periódicos latinoamericanos en relación a las agencias de noticias para cubrir los espacios de cada día?

La respuesta en definitiva es sí, ya que el 79% del espacio de los diarios son proveídas por las agencias de noticias a los diarios. Encontramos que en definitiva los periódicos poseen una alta dependencia para llenar su espacio noticioso con información adquirida de las agencias de noticias, por lo que podemos señalar que:

1. Existe por lo menos un periódico de los estudiados, *La Tribuna*, de Nicaragua, que no posee una sola nota de internacional que haya sido generada por corresponsales del periódico. Son muy conocidos la situación económica del país y sus grandes cambios e inestabilidad económica y política, que definitivamente impactan como un condicionante externo a la organización noticiosa según la teoría de la Sociología de la Producción de Mensajes.

2. Existen tres periódicos de los estudiados que poseen diez o menos noticias proveídas por corresponsales del periódico, lo cual nos muestra, sumado a lo anterior, cómo una tercera parte de los diarios analizados carece de forma significativa de periodistas en el extranjero.

3. *El Clarín*, *El Mercurio*, *El Norte* y *Excelsior* poseen un número mayor de notas reporteadas por corresponsales, lo cual habla de la capacidad de solventar los altos costos que representan, siendo ejemplos para el resto de los países latinoamericanos.

4. Encontramos que en el análisis realizado en los diez diarios encontramos solamente una noticia proveniente de la agencia rusa Tass, lo cual es un indicador interesante de la falta de fuerza de la misma, como fuente de credibilidad noticiosa, y de falta de fuerza de influencia ideológica en Latinoamérica, aspecto que tal vez ha podido cambiar a raíz de la guerra en Kosovo y Serbia (antes territorios de la ex URSS).

Es preciso coincidir con lo que lo que afirma Cesareo (en Wolf, 1991) sobre la agencias de noticias:

Indudablemente las grandes agencias de prensa, supranacionales o nacionales, constituyen la “fuente” más importante de materiales noticiables: ignorar o menospreciar su función pretendiendo que son idénticas a las fuentes, equivale a liquidar una buena porción del proceso de mediación que separa las redacciones de los periódicos (impresos o televisivos) del movimiento de la realidad (p. 264).

¿Existe un tipo de fuente más utilizada? ¿Se puede afirmar que en América Latina existe un desbalance en el uso de los distintos tipos de fuentes? ¿Se reconoce en el periodismo latinoamericano una clara inclinación al uso de fuentes gubernamentales u oficiales?

Podemos concluir que, para los cuestionamientos ¿existe un tipo de fuente más utilizada? y ¿Se reconoce en el periodismo latinoamericano una clara inclinación al uso de fuentes gubernamentales u oficiales?, la respuesta es sí, de manera contundente: encontramos que un 57% de las fuentes utilizadas en los diarios son oficiales. Esto describe la magnitud de la presencia de cada uno de los tipos de fuentes en cada uno de los diarios analizados. Como ya se ha señalado, la presencia de fuentes gubernamentales es muy clara, por lo que se concluye:

1. En todos los periódicos se cuenta con la presencia de fuentes gubernamentales, lo que destaca el uso de rutinas de trabajo para la recolección de la información a través de boletines o comunicados de prensa o ruedas de prensa convocadas por las oficinas de comunicación o prensa de cada dependencia gubernamental. Esto nos lleva a inferir que los periodistas recurren a lo que Wolf (1991) llama el diario, agenda, dietario (*diary* o *day-book*): este instrumento y la función que desempeña en el ciclo productivo no son bien vistos por los periodistas (o al menos en su mitología profesional). Representan casi lo opuesto de la imagen que la profesión ofrece de sí misma y atribuyen al periodista un papel pasivo de coleccionador de hechos previstos, prefijados con antelación. “La profesión periodística es un papel que diríase construido sobre una paradoja funcional” (p. 270).

2. Se encontró que los dos diarios mexicanos *El Norte* y *Excélsior* reportan una cantidad significativamente más alta de fuentes gubernamentales, en comparación del resto de los diarios analizados. Sin embargo, son los únicos diarios que publiquen noticias en las que utilizan todos los tipos de fuentes iden-

tificadas en el estudio. Lo anterior sonaría paradójico, y aunque el resto de las fuentes son utilizadas no juegan un papel destacado en comparación con las gubernamentales.

3. Se hace evidente, en la falta de democratización en el uso de todo tipo de fuentes, que el ideal del periodismo, de legitimar con fuentes de credibilidad la información presentada cada día, se reduce a organizaciones con relativo poder de representación oficial. Esto, a la luz de la teoría de la Sociología de Producción de Mensajes, es una muestra más de cómo la actividad periodística pasa del ideal de buscador de noticias al de recolector de información en los lugares rutinariamente identificados.

Podemos concluir que sí existe un tipo de fuentes más utilizadas por los diarios latinoamericanos: son las gubernamentales, de forma contundente, ocupando el 57% del total de las fuentes reportadas, aún y cuando se pudieron presentar de forma combinada con otras fuentes dentro de la misma nota. Se puede afirmar así que en América Latina existe un desbalance en el uso de los distintos tipos de fuentes, ya que, como se ha señalado, existe una clara inclinación a las gubernamentales y una casi nula participación de fuentes sindicales, con el 1%. Esto nos hace cuestionar si los diarios son sólo utilizados para legitimar al gobierno en el poder. Finalmente, se reconoce en el periodismo latinoamericano una clara inclinación al uso de fuentes gubernamentales u oficiales.

Esto definitivamente es el eje de la propuesta de la Sociología de la Producción de Mensajes. Los resultados hasta aquí presentados son una muestra de la forma en la que trabajan los distintos niveles de condicionamientos en la producción de las noticias que habrán de ser formadoras de la opinión pública latinoamericana. Podemos observar desde el nivel básico que son los condicionamientos individuales hasta los de carácter ideológico, desde los procesos de socialización dentro del ámbito laboral hasta los procesos rutinarios en la recolección de la información.

¿Existe un género de noticia más utilizado por los periodistas latinoamericanos que pueda reflejar el uso de rutinas de trabajo?
¿Existe periodismo de investigación en los periódicos latinoamericanos?

1. La evidencia disponible señala que la noticia es el género más utilizado en todos los periódicos latinoamericanos, comportándose de forma similar *El País*, de España.

2. Se encontró que el periódico *La Tribuna*, de Nicaragua, sólo utiliza la noticia para cubrir su espacio noticioso. Caso que sobresale del resto, pues este mismo diario señala un 100% de dependencia de las agencias de noticias.

3. Se encontró que géneros como el reportaje, la entrevista, la reseña, la crónica, la columna, el artículo de fondo y el editorial ocupan en conjunto el 14% de las notas en los diarios, dejando en claro el impacto de las noticias provenientes de las agencias de noticias y de la utilización de las rutinas de trabajo en la recopilación de la información noticiable por parte de los corresponsales.

4. Sólo dos diarios, *El Norte*, de México, y *El País*, de España, utilizan todos los géneros periodísticos analizados. Destácase en *El Norte* el reportaje como género más utilizado, con un 67%. Por su parte *El País* utiliza a la noticia como el género dominante, con un 58% de las notas.

5. La gráfica señala, en cada diario, si se utiliza y en qué medida cada género noticioso, encontrando que la mayoría de los mismos excluyen uno o más géneros noticiosos.

6. La evidencia señala que el periodismo de investigación es casi nulo, ya que representa el 3% de las notas. Se encontró que sólo seis de los diez diarios analizados lo realizan y a muy poca escala.

Podemos concluir que los diarios son proveedores de noticias en su mayoría, encontrando que tal vez responda a la imagen que los editores tienen de las necesidades de su audiencia en cuanto a información. Cabe destacar lo incierto de éstas

afirmaciones que ubican a la audiencia como pasiva y con poco interés en leer información de fondo, reportaje o crónicas de acontecimiento de interés. Con lo anterior, podemos concluir este apartado con algunos de los resultados de estudios realizados por Gans (1957) y por Golding y Elliott (1979), que señalan que:

En la presentación de las noticias se refiere al público, o mejor dicho a la función y al papel que desempeña *la imagen del público* que los periodistas han elaborado. Si es verdad que “la presentación de las noticias consiste en la habilidad de traducir valores/noticia dados por descontados en reglas de producción”. (...) Los periodistas tienen a su disposición datos y estudios sobre la composición, las costumbres y las capacidades del público al que se dirigen, pero el conjunto de estos conocimientos de hecho no parecen incidir demasiado sobre los aspectos productivos ni ser demasiado apreciado (en Wolf, 1991, p. 282).

Podríamos entonces señalar que las posibilidades de incursionar en todos los géneros periodísticos es posible en la medida en la que los diarios tengan corresponsales propios y así mismo se amplíe la imagen que del público lector se tiene.

En este capítulo se ha analizado, con base a la evidencia disponible, aspectos relacionados con variables como el género del reportero, el género periodístico más utilizado, el uso de fuentes de información y de agencias de noticias a la luz de lo postulado por la Sociología de la Producción de Mensajes. Ahora daremos pié a las conclusiones del estudio.

Conclusiones

El presente estudio realizó una inferencia sobre la manera en que determinantes como el género del reportero, las rutinas organizacionales, las fuentes de información y las agencias de noticias influyen en el contenido de dichos medios, a la luz de la teoría de la Sociología de la Producción de noticias.

Los objetivos de la investigación fueron: determinar si existe o no un desequilibrio en el trabajo periodístico que pudiese estar favoreciendo una visión masculina de los acontecimientos; identificar el tipo de género periodístico más utilizado y si se incluye

el periodismo de investigación o artículos de fondo; analizar las fuentes informativas utilizadas en cada nota, ya que ello puede indicar sesgos en la noticia al privilegiar a ciertas fuentes, por ejemplo la perspectiva gubernamental; y, finalmente, analizar las agencias informativas utilizadas y su número, información que nos permite determinar la influencia que el país de origen de la agencia pueda tener en la configuración de la agenda noticiosa de los países latinoamericanos.

La presente investigación arrojó evidencias con respecto a lo que ocurre en Latinoamérica. Cabe señalar que, aún cuando no es posible generalizar, es sí un indicador significativo para la toma de decisiones para las diarias, respecto a su labor.

El estudio concluye que existe un desbalance entre las notas firmadas por mujeres y las notas no firmadas o las firmadas por hombres en las secciones de internacional en los diarios estudiados. Cabe señalar que las notas firmadas representan el 24% del total de la publicación diaria. Y que las notas firmadas por hombres superan cuatro veces las firmadas por mujeres.

Estudios realizados en Venezuela, México y Costa Rica, reportados en el marco teórico, revelan las grandes diferencias en número según el género del periodista, en donde los hombres superan en mucho a las mujeres. La literatura señala que las mujeres cada día ganan terreno en este ámbito laboral, ya que los reportes encontrados de EEUU, de Venezuela y México señalan que el número de mujeres que ingresan a las escuelas de comunicación o periodismo se ha incrementado.

Se identifica el género periodístico de la noticia, la nota breve y la entrevista en los que se tiene mayor participación de la mujer. Esto podría considerarse una evidencia de como la participación de la mujer ha sido relegada a ciertos tipos de géneros periodísticos de naturaleza menos opinativa y de posibilidades de transmisión de valores ideológicos. Ello es preocupante, ya que vivimos en una sociedad sometida a constante cambio y en donde resulta paradójico que se permita poseer, en un mayor porcentaje, la visión o interpretación masculina

del mundo. Se debe romper con la práctica generalizada en los Estados Unidos del control de los medios por hombres y blancos (Merril, 1992, p. 191), lo cual no debe estar muy alejado de lo que ocurre en América Latina.

Las temáticas en las que participa la mujer están limitadas, en su mayoría, a temas relacionados con la agricultura y la planificación familiar. Esto nos lleva a concluir que las pocas mujeres que participan activamente en la labor periodística, son limitadas y posiblemente estereotipadas al no tener participación, dentro de las notas firmadas de la secciones de internacional, la cobertura de temas relacionados con aspectos relacionados con las milicia, diplomacia, narcotráfico, guerrilla, entre otros, temas cubiertos casi en su totalidad por los hombres. Cabe señalar que se desconoce lo que ocurre en las agencias de noticias y que además se cuenta con grandes periodistas mujeres en el ámbito del periodismo televisivo y que han incursionado en temáticas militares y políticas a gran escala.

Sin embargo, el poseer poca participación femenina en el periodismo, reduce la riqueza de la perspectiva e interpretación de los mismos hechos desde ambos puntos de vista. Son elementos que tienen que ver con la reproducción de los mitos relacionados con debilidad y emocionalidad de la mujer, dejando de lado aspectos tan valiosos como la capacidad, según los estudios de género, de percibir aspectos más complejos de la realidad, sumado a la capacidad de manejar de manera más rica el lenguaje y de poseer mayor flexibilidad en la discusión de temas (Pearson, 1993). Existen sí algunos temas que son firmados en conjunto, un periodista hombre y una mujer, y son: actividades diplomáticas, conflictos o crisis internas, elecciones, acciones de paz y problemas económicos. Es necesario destacar que el número de participaciones en conjunto en estos tópicos es reducido en comparación al de la participación de los hombres como firmantes de las notas.

Se puede señalar que en los periódicos latinoamericanos se aprecia un alto número de notas distribuidas por agencias de

noticias y que existe la presencia de las grandes agencias internacionales en las notas internacionales. Y se puede hablar afirmar que existe dependencia de los periódicos latinoamericanos de las agencias de noticias para cubrir los espacios de cada día: el 77% de las noticias que se publican en los diarios latinoamericanos estudiados, incluyendo los dos españoles de la muestra, hacen evidente esta dependencia. Se sabe que en definitiva una de las razones por las cuales los diarios no poseen correspondientes en cada evento identificado como noticiable es el alto costo económico que para la empresa representa. Cabe entonces señalar que se asumen otros riesgos que difícilmente podemos mediar por la falta de información que permita triangular las versiones sobre un suceso reportado en los diarios. Entre los riesgos más grandes se encuentra la predominancia de agencias transnacionales occidentales como lo son EFE, AFP, AP y la combinación de dos o más transnacionales, con un 52,47% de participación en los diarios latinoamericanos, con un mínimo de 113 notas. Lo anterior nos lleva a reflexionar en lo planteado por Van Dijk (1997), quien señala que

los medios de comunicación juegan un papel muy específico en estas estructuras sociales; tanto si se trata de instituciones privadas como estatales, los medios (dominantes) están, ante todo, fuertemente asociados con las formaciones sociales y las instituciones dominantes (p. 52).

En donde la influencia se ejerce hacia los débiles de muchas formas, siendo una de ellas el control, la manipulación y la distribución de la información. Ello nos lleva a la expresión popular que dice: “quién es dueño de la información es dueño del poder”.

Se puede afirmar que en América Latina existe un desbalance en el uso de los distintos tipos de fuentes, ya que el predominio de las fuentes gubernamentales es tan claro que aciende al 57% de las fuentes utilizadas en los diarios. Comparados con los dos españoles, encontramos que no hay mucha diferencia, salvo en los diarios mexicanos, los cuales pueden comprometer su imparcialidad y respeto a la democracia del

conocimiento, al control gubernamental. Se reconoce que existen fuentes poderosas con fuertes intereses políticos y económicos que no desean que se rompa el *status quo*. Su poder de negociación es tal que condicionan el quehacer rutinario de los medios informativos. McQuail (1991) señala que la “construcción, como la selección de noticias no se produce al azar, ni es subjetiva. Tiene lugar en gran parte, de acuerdo a esquemas de interpretación y de pertinencia que son precisamente los de las instituciones burocráticas” (p. 215). En teoría los reporteros deberían cuidar su ética profesional, pero, como es de todos sabido, el índice de asesinatos a periodistas en América Latina es muy grande, lo cual nos lleva a concluir que éstos prefieren socializar y converger con las líneas señaladas en cuanto al manejo de la información.

Sólo resta concluir este apartado con lo que asevera Borrat (1989): el problema del uso de las fuentes “no está en la atención que el periódico les presta, sino en la exclusión de los actores sin fama ni poder y, desde luego, en prescindir del examen estructural” (p. 22). Por lo tanto, con la evidencia encontrada, se puede afirmar que en el periodismo latinoamericano existe una clara inclinación al uso de fuentes gubernamentales u oficiales o en su defecto al uso de notas provenientes de agencias de noticias.

Existe la tendencia en el periodismo latinoamericano a utilizar el género de la noticia, lo cual refleja el uso de rutinas de trabajo; en consecuencia, es casi nulo el periodismo de investigación. Esto se ve reflejado claramente al identificar que la noticia ocupa el 54,1% del total de las notas publicadas en los diarios. Cabe destacar lo señalado por Cervantes (1995), cuando afirma que “la noticia es en buena medida producto de las exigencias organizacionales” (p. 100), las cuales van desde la hora del cierre hasta la cuota de noticias a publicar en el espacio disponible para cada día. Fishman (1983) afirma que “el periodismo manipulado presupone el periodismo de rutina: se erige sobre un cimiento de prácticas noticiables rutinarias que

procuran encauzar el provecho propio” (23). Este resultado concluyente queda avalado con las evidencias antes analizadas: tendencia al uso de agencias de noticias, al predominio en el uso de fuentes gubernamentales u oficiales y al consabido concepto de “ronda” de los reporteros, evidenciando que en Latinoamérica y en España el periodista tiende a ser más un recolector que un cazador de noticias.

El elemento más preocupante, producto de este estudio, es el hecho de determinar cuál es la calidad de la información que ponemos a disposición de la opinión pública, quiénes están detrás de lo que se publica y a qué intereses sociales, políticos o económicos responden – ¿es la prensa un medio para legitimar grupos u organizaciones? –, pues de ello depende finalmente la conformación de la “agenda” en nuestros países latinoamericanos.

Referencias bibliográficas

- AGUIRRE, J. M. *El perfil ocupacional de los periodistas en Caracas*. Colección Ayakua – n. 1. Venezuela: Universidad Andrés Bello, 1992.
- AGUIRRE, J. M. *La estructuración de la identidad profesional del comunicador social en Venezuela*. Colección Ayakua – n. 8. Venezuela: Universidad Católica Andrés Bello, 1998.
- BERKOWITZ, D. Non-routine news and newswork: exploring a what-a-story. *Journal of Communication*, a. 42, n. 1, p. 82-94, 1992.
- CERVANTES, B. C. (1995). ¿De qué se constituye el habitus en la práctica periodística? *Comunicación y Sociedad*. México: DECS/ Universidad de Guadalajara, n. 24, p. 97-125, 1995.
- CIESPAL. *Dos semanas en la prensa de América Latina*. Quito: Ciespal, 1967.
- FISHMAN, M. *La fabricación de las noticias*. Buenos Aires: Ediciones Tres Tiempos, 1983.
- LOZANO R., J. C. *Teoría e investigación de la comunicación de masas*. México: Alhambra, 1996.
- MERRIL, J. C., LEE, J., FRIEDLANDER, E. J. *Medios de Comunicación Social*. España: Paidós, 1992.
- MARTÍNEZ, G. F. J. Prensa y democracia en México. XXVI REUNIÓN DE INVESTIGACIÓN DEL SISTEMA ITESM. *Memorias*. México: Itesm, 1996. p. 501-512.

- MCQUAIL, D. *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. 2a. ed. Barcelona: Paidós, 1991.
- PEARSON, C., TURNER, L.H., TODD-MANCILLAS, W. *Comunicación y género*. Barcelona: Paidós, 1993.
- REYES-MATTA, F. 1992. Journalism in Latin America in the '90s: the challenges of modernization. *Journal of Communication*, a. 42, n. 3, p. 74-83, 1992.
- SHOEMAKER, P. J., REESE, S. D. *La mediatización del mensaje*. México: Diana, 1991.
- VAN DIJK, T. *Racismo y análisis crítico de los medios*. Barcelona: Paidós. 1997.
- WOLF, M. *La investigación de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós, 1991.
- WOLF, M. *Efectos sociales de los media*. Barcelona: Paidós, 1994.