

Cómo se producen las noticias en Aguascalientes. Caracterización de las rutinas periodísticas desde un enfoque sociológico

SALVADOR DE LEÓN VÁZQUEZ

Departamento de Comunicación/UAA

El periodista es una persona que, viviendo, toma posición, tiene emociones: siente. Y sentir y tener emociones es ya tomar partido. No creo en el periodismo que se llama a sí mismo impasible, tampoco en la objetividad en sentido formal [...] Ser periodista implica ante todo un constante esfuerzo personal: el de enriquecer por todos los medios, en forma ardua y permanente, la propia cultura, para entender el mundo.

Ryszard Kapuscinski, periodista

UN ESTUDIO SOCIOLÓGICO DEL PERIODISMO

Dariamente, quienes se desempeñan como periodistas de prensa escrita llevan a cabo una carrera contra reloj: tienen la obligación de producir noticias y tenerlas listas a una determinada hora, denominada "cierre de edición"; viven desfasadamente, pues tienen que escribir "ayer" cuando todavía es "hoy". El tiempo es un factor que determina en gran medida el trabajo periodístico, porque genera incertidumbre e impone límites, situación que obliga a los periodistas a adoptar una serie de estrategias para tener noticias certificadas siempre a la misma hora. Las prácticas periodísticas son esas estrategias mediante las cuales los periodistas toman contacto sistemática y rutinariamente con la realidad para producir noticias.

Realizar un estudio sociológico sobre el periodismo obliga a plantear las prácticas periodísticas como prácticas sociales. En otras palabras, el periodismo es un conjunto de interacciones, negociaciones y consensos que genera roles, rutinas y modos estandarizados de proceder e interpretar la realidad—esto es *institucionalización*, que implica historicidad y control social—,¹ a partir de lo cual los actores que participan en estos procesos elaboran las narraciones del acontecer que denominamos *noticias*.²

La construcción de noticias es una labor rutinaria porque descansa en modos específicos de entender la realidad y de acercarse a ella³. Esto implica que las noticias no sean narraciones de acontecimientos fortuitos, sino estructurados a partir de rutinas o prácticas. Tales acontecimientos son buscados y en ocasiones preparados con anticipación tanto por las fuentes que otorgan información a los medios noticiosos como por los reporteros.

En su análisis acerca de las prácticas periodísticas de medios estadounidenses, Dan Berkowitz encontró que: "los trabajadores de noticias de periódicos y televisión tratan de reunir su encargo (de notas) anticipando o 'tipificando' el ritmo de trabajo requerido para la recopilación de información y producción de historias"⁴. Esto significa que las noticias son producidas a través de pautas tipificadas de producción, es decir, rutinas, que definen las prácticas que deben ser realizadas para elaborar los reportes informativos.

¹ Thomas Luckman y Peter L. Berger, *La construcción social de la realidad*, Amorrortu editores, Buenos Aires, 1968, p. 75.

² No obstante, aunque las noticias no son el único producto periodístico, sí son las que ocupan la mayor parte de los recursos, el tiempo y espacios de los medios periodísticos. Por este motivo es pertinente señalar que las noticias son el principal producto de estas organizaciones mediáticas.

³ Esta situación ha sido señalada recurrentemente en los estudios anglosajones sobre producción de noticias, como los de Gaye Tuchman, *La producción de la noticia*, Ediciones G. Gili, México, 1983, p. 78; Mark Fishman, *La fabricación de la noticia*, Ediciones Tres Tiempos, Buenos Aires, 1983, p. 48; y Herbert Gans, *Deciding What's News*, Vintage Books, New York, 1980, p. 87.

⁴ Dan Berkowitz, "Non-routine news and newswork: exploring a what-a-story" en *Journal of Communication*, vol. 42, núm. 1, EUA, 1992, p. 83.

Un análisis sociológico de las prácticas periodísticas tendría que ser aquél en el que se caracterizan las rutinas a partir de las cuales los periodistas, en conjunto con otros actores sociales, negocian, consensan y reconstruyen la realidad para fabricar noticias. De tal manera, podemos afirmar junto con Hernández que, en función de los procedimientos que se utilizan para su elaboración, "las noticias no son producto de decisiones individuales, sino de procesos sociales en donde las organizaciones de medios tienen un lugar especial"⁵.

Esto es así porque los reporteros llevan a cabo labores de recopilación de la información en donde se ponen en contacto con fuentes informativas que suelen ser actores institucionales, por lo regular dependencias de gobierno u organizaciones de la sociedad civil fuertemente cohesionadas, que se encuentran legitimadas por la estructura social para otorgar información certificada con respecto a ciertos procesos de la vida social. Esto implica el encuentro de lógicas organizacionales (de los medios y de las fuentes informativas; los primeros con la necesidad de generar noticias diariamente y las segundas con la encomienda de lograr el acceso a los medios para hacer visible su participación social), cuyos representantes actúan de acuerdo a criterios interiorizados a partir de la socialización en sus organizaciones de adscripción.

Las rutinas de producción periodística no son únicamente una serie de procedimientos, sino que representan verdaderas estructuras de acción y significación social que sintetizan formas de socialización, interpretación y acercamiento al acontecer cotidiano para transformarlo en acontecer público, entendido este último según Jesús Martín Serrano como "cualquier emergente [...] seleccionado como objeto de referencia por las instituciones que tienen a su cargo dar noticia pública de lo que acontece"⁶. Lo interesante del análisis de las rutinas de producción noticiosa es que permiten reconocer los espacios y las lógicas desde donde tales instituciones seleccionan a los emergentes para convertirlos en noticias.

⁵ María Elena Hernández, "¿Qué son las noticias?", en *Comunicación y Sociedad*, núm. 14-15, Universidad de Guadalajara, 1992, p. 236.

⁶ Manuel Martín Serrano, *La producción social de comunicación*, Alianza Universidad Textos, México, 1994, p. 123.

El análisis sociológico del periodismo, por lo tanto, parte del supuesto de que las noticias no son la realidad misma, sino reconstrucciones de ella a partir de las rutinas de su producción. Las noticias no son objetos que están en el mundo esperando a ser recolectados por los periodistas. Los periodistas se ponen en contacto de manera rutinaria con ciertos acontecimientos, de los que obtienen información que transformarán en noticias de acuerdo con los criterios que han interiorizado de la organización a la que pertenecen.

En este artículo presento algunos resultados parciales del análisis de las rutinas periodísticas en un diario de la ciudad de Aguascalientes (estudio de caso). A partir de los postulados resumidos anteriormente, las prácticas periodísticas de un medio noticioso local fueron abordadas con la finalidad de llegar a una comprensión de la manera en que se producen las noticias en esta ciudad de la provincia mexicana. Estas consideraciones forman parte de una investigación más amplia en la que, además, se caracterizan las noticias que se producen en Aguascalientes, las relaciones de los sujetos que participan en este proceso desde el contexto de las organizaciones de medios, los valores noticiosos desde donde se reconoce la "noticiabilidad" de ciertos acontecimientos y la ideología profesional de los periodistas aguascalentenses. El análisis de las rutinas de producción noticiosa que aquí se ofrece representa la parte más descriptiva del estudio.

DELIMITACIÓN DEL OBJETO: LAS PRÁCTICAS PERIODÍSTICAS LOCALES

Esta investigación se inserta en el área de estudios de los emisores⁷. Al tratarse de un análisis de las prácticas que realizan los actores de la producción noticiosa para generar mensajes informativos es claro que

⁷ En el campo académico de la comunicación hay un consenso de que existen cinco grandes áreas de investigación de la comunicación de acuerdo con Harold D. Lasswell, ("Estructura y función de la comunicación en la sociedad" en Moragas, *Sociología de la Comunicación de Masas II*, Gustavo Gili, Barcelona, 1985, p. 51): estudio de los emisores, estudio de los mensajes, estudio de los medios, estudio de las audiencias y estudio de los efectos. Hay autores que denuncian que este modelo trajo consigo «consecuencias disgregadoras» del estudio del proceso comunicativo; sin embargo, permite abordar partes de un proceso social complejo que por sí

un estudio de este tipo se ocupa del momento de la emisión de los mensajes mediáticos.

Así pues, un primer elemento para delimitar el objeto de estudio es teórico y se refiere al momento del proceso comunicativo. Los periodistas son los emisores de los mensajes informativos. Poner atención a las prácticas que realizan para fabricar esos mensajes posibilita la adopción de la perspectiva teórica conocida como sociología del periodismo o sociología de la producción de noticias, que se inserta dentro de una tendencia más amplia llamada sociología de los medios (*Media Sociology*).⁸

Este texto no tiene el objetivo de describir los postulados de la sociología del periodismo; sin embargo los señalaré de manera esquemática como ejes conceptuales que sirvieron de plataforma para observar desde ellos el objeto de estudio:

- La noticia es el resultado de un proceso social complejo. Esto implica que la noticia es una construcción social elaborada por medio de prácticas sociales complejas que tienen que ver con procesos de socialización, institucionalización y valoración de las formas legitimadas de narrar la realidad.⁹
- La concepción del medio noticioso como una organización burocrática, visión basada en la división social del trabajo informativo, derivada a su vez de la sociología de las organizaciones y la sociología de las profesiones.¹⁰
- El trabajo periodístico es visto como trabajo rutinario porque es realizado a través de procedimientos consensados por las

mismas están situadas en contextos distintos y que por lo mismo merecen consideraciones diversas, como lo señala Miguel Rodrigo Alsina en *Los Modelos de la Comunicación*, Tecnos, Madrid, 1989, p. 84.

⁸ Cecilia Cervantes Barba, "Construcción primaria del acontecer y planeación de la cobertura informativa. Propuesta metodológica para su estudio", en *Comunicación y Sociedad*, núm. 28, Universidad de Guadalajara, 1996, p. 50.

⁹ Leon V. Sigal, *Reporteros y funcionarios. La organización y las normas de la elaboración de noticias*, Ediciones Gernika, México, 1973, p. 13; Hernández, *op. cit.*, p. 236.

¹⁰ Brian McNair, *Sociology of Journalism*, Arnold Publishers, London-New York, 1998, p. 62; Tuchman, *op. cit.*, p. 34; Fishman, *op. cit.*, p. 162; Gans, *op. cit.*, p. 84; Sigal, *op. cit.*, p. 14.

organizaciones de medios y las comunidades de periodistas como las formas «correctas» de elaborar noticias.¹¹

- Los valores noticiosos como elementos de una ideología periodística o *paraideología*.¹²
- El grado de autonomía de los sujetos individuales frente a las determinaciones impuestas por las organizaciones periodísticas.¹³
- La identificación de distintos niveles de la producción noticiosa que pueden funcionar como categorías analíticas y que han sido establecidos con base en tres esferas: ocupacional (individual), organizacional y supraorganizacional (institucional).¹⁴

Otro criterio para establecer el objeto es el recorte metodológico. Los estudios sociológicos del periodismo son interpretativos con la finalidad de llegar a una comprensión profunda del fenómeno. En ese tenor, la investigación se integró como un estudio de caso. De los tres diarios¹⁵ que representan la oferta periodística más importante de la ciudad, ha sido seleccionado uno de ellos, se trata de un periódico moderno¹⁶ que apareció en el estado hace más de cuatro décadas y que por esas circunstancias es típico en su contexto.¹⁷

¹¹ Mauro Wolf, *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas*, Paidós, México, 1987, p. 248.

¹² Herbert Gans, *op. cit.*, 203; Cecilia Cervantes, "Valores noticiosos en el periodismo televisivo de nota roja. Búsqueda articulada de indicadores empíricos", en *Comunicación y Sociedad*, núm. 25-26, Universidad de Guadalajara, 1995-96, p. 92.

¹³ Herbert Gans, *op. cit.*, p. 101.

¹⁴ Paul Hirsch, "Occupational, organizational and institutional models in mass media research. Toward an integrated framework" en *Mass Communication Review Yearbook*, vol 1, Sage Publications, E.U.A., 1980, p. 265-294.

¹⁵ En Aguascalientes existen tres diarios con gran trayectoria histórica: *El Sol del Centro*, *El Heraldo de Aguascalientes* e *Hidroclido*. Durante los últimos años han aparecido otros dos periódicos más: *Aguas* y *Página 24*, pero no han alcanzado aún la consolidación de que gozan los otros tres.

¹⁶ Un periódico moderno es aquel que sigue el modelo periodístico industrial gestado en Estados Unidos a finales del siglo XIX, con una producción industrial de ejemplares y con valores periodísticos tales como la objetividad, la exclusividad y la notoriedad de las informaciones, todos éstos basados de alguna manera en los principios de la competencia empresarial capitalista resultantes de la revolución industrial.

¹⁷ A petición expresa de los sujetos de estudio no puede revelarse el nombre del

La consideración de la ciudad de Aguascalientes, en donde funcionan medios noticiosos que toman a esta delimitación geográfico-política como circunscripción para fabricar noticias, es también pertinente, porque integra los elementos anteriores para enunciar el objeto de estudio: el análisis sociológico de las prácticas noticiosas realizadas por los periodistas de uno de los principales diarios la ciudad de Aguascalientes.

METODOLOGÍA

La sociología de la producción de noticias encuentra elementos teórico-metodológicos en la fenomenología social y en el interaccionismo simbólico.¹⁸ Desde estas perspectivas la sociedad es un proceso y las significaciones acerca del entorno se generan por acción de la intersubjetividad y la interacción con los otros. La producción de noticias, como actividad social de significación de la realidad, es analizada desde una perspectiva comprensiva.

Las técnicas metodológicas usadas para lograr el acercamiento empírico a este proceso social de producción noticiosa fueron dos: la observación participante y las entrevistas. El trabajo de campo inició en junio de 1999 y concluyó en noviembre de 2000. Para abordar los datos resultantes se integró una racionalidad de interpretación con base en la hermenéutica profunda propuesta por Thompson,¹⁹ de donde se retomó el análisis sociohistórico para el momento de la producción de mensajes.

diario ni de los participantes en la investigación. Pero eso no limita este estudio porque no son importantes los nombres sino las acciones y los procesos que llevan a cabo.

¹⁸ Gaye Tuchman, *op. cit.*, p. 199; Ma. Elena Hernández, "La sociología de la producción de noticias. Hacia un nuevo campo de investigación en México", en *Comunicación y Sociedad*, núm. 30, Universidad de Guadalajara, 1997, p. 222.

¹⁹ John B. Thompson, *Ideología y cultura moderna*, UAM-Xochimilco, México, 1998, p. 396.

LAS RUTINAS DE LA PRODUCCIÓN DE NOTICIAS EN AGUASCALIENTES

Una vez establecido lo anterior, estamos en condiciones de presentar el análisis de las rutinas de producción periodística en un diario de la ciudad de Aguascalientes. La lógica de exposición de este artículo lleva a plantear, en primer lugar, la descripción de un día típico en la empresa noticiosa y continuar con la consideración de las rutinas de recopilación de información noticiosa y de tratamiento de la misma para la posterior publicación. El texto termina con algunas conclusiones elaboradas a partir de los datos presentados.

UN DÍA TÍPICO EN LA ORGANIZACIÓN PERIODÍSTICA

En contra de las críticas que se han hecho, considero que describir un día típico de trabajo en una organización noticiosa no es una tarea superficial.²⁰ Se trata de una construcción interpretativa fruto de muchas semanas de observación participante en el escenario. Por lo mismo, es ideal, abstracta, pero permite un primer acercamiento a las rutinas periodísticas utilizadas en Aguascalientes para construir noticias, mismas que tienen su origen en formas tipificadas por medio de las cuales los periodistas abordan el mundo cotidiano.

En el periódico analizado es difícil articular las prácticas generadas durante un día de trabajo porque existen diferencias de acuerdo con las circunstancias diarias. Por ejemplo, los fines de semana no son iguales a los demás días, porque los sábados y domingos las fuentes informativas que otorgan noticias a los reporteros de la sección local

²⁰ En su texto Cecilia Cervantes ("Para superar la ruta de modelos, efectos y metáforas equívocas en la Sociología del Periodismo", en Orozco, *Lo viejo y lo nuevo. Investigar la comunicación en el siglo XXI*, ediciones de la Torre, Madrid, 2000, p. 179) analiza los modelos teórico-metodológicos anglosajones dominantes para abordar el estudio de las prácticas periodísticas y cuestiona la apropiación acrítica hecha por parte de los investigadores latinoamericanos. Dentro de sus comentarios señala que no es suficiente describir un día de trabajo en una organización periodística. Conuerdo con ella: no es suficiente y por ello esta investigación no se limita a ello. Sin embargo hay que señalar que sí es útil pues permite identificar rutinas de trabajo en lo concreto.

(también llamada «primera plana») no trabajan, pues en Aguascalientes la mayoría de estas fuentes son dependencias y oficinas que laboran de lunes a viernes. Sin embargo, en el caso de los reporteros de las secciones de deportes, sociales y espectáculos, la información se incrementa durante los fines de semana debido a la verificación de torneos deportivos y celebraciones sociales y religiosas.

La problemática entonces obliga a generar preguntas: ¿día típico para quién: para el personal de locales, de sociales o de deportes? ¿Típico de qué día: de fin de semana o día entre semana? Consciente de esta situación, lo que se presenta es la descripción de las actividades que llevan a cabo los periodistas cotidianamente en un día «ideal», poniendo atención especial en la sección local, en cuya observación fue centrada la investigación.

Existen dos escenarios en los cuales se lleva a cabo el proceso de producción de noticias. El primero es el «exterior» o los ámbitos noticiales. Se refiere a los lugares en donde se encuentran las fuentes informativas a las que sistemáticamente los reporteros visitan en su actividad rutinaria de la «ronda por las fuentes» para la recopilación de la información que posteriormente será convertida en noticias. El segundo es la sala de redacción en donde los reporteros vacían la información que han recabado, para lo cual utilizan un formato (género periodístico noticioso) que posteriormente recibirá un tratamiento antes de que la noticia sea publicada.

A. Día típico en los ámbitos noticiales

El diario analizado tiene una especificidad importante que obliga a una manera particular de realizar las rondas cotidianas: no existe la figura del jefe de información. En la mayoría de las organizaciones noticiosas, el jefe de información es un orquestador de la cobertura diaria que otorgan los reporteros a diversos acontecimientos. Se trata de un actor que ha interiorizado fuertemente los criterios organizacionales y en función de su socialización con la empresa periodística da órdenes de cobertura a los periodistas. Atendiendo a esas órdenes de cobertura, los reporteros producen las noticias que entregan cotidianamente.

En el caso de este periódico local, ante la carencia del jefe de información, los reporteros trabajan mediante asignación de fuentes

informativas a las cuales les otorgan cobertura, sin que la organización les indique explícitamente lo que deben atender. Sin embargo, como lo veremos más adelante en la identificación de las rutinas, los reporteros no son completamente autónomos, sino que las indicaciones de cobertura son implícitas y están basadas en un fuerte proceso de socialización del reportero con la empresa noticiosa a través del cual aprende los criterios organizacionales. El día típico en el exterior es, pues, la ronda cotidiana de los reporteros en los ámbitos en que se encuentran las fuentes informativas para recopilar información noticiosa.

B. *Día típico en la sala de redacción*

El día típico en la sala de redacción, en cambio, es un proceso altamente supervisado y cuidado, con procedimientos y actividades programadas. El esquema de trabajo en la redacción obedece a un proceso estricto de *tiempos y movimientos* que comienza con la sección de sociales. La jornada inicia con la llegada de las reporteras,²¹ alrededor de las diez de la mañana. Ellas no realizan rondas por las fuentes pues su trabajo consiste en contestar llamadas telefónicas en las que se reportan actividades sociales y religiosas. Atender las llamadas es la actividad que les otorga información para la realización de las noticias.

El propósito de que estas reporteras inicien su labor a la hora señalada radica en la necesidad de tener listo el material noticioso a las dos de la tarde (aproximadamente), pues a esa hora inicia su labor la editora de sociales y espectáculos, quien procede a dar tratamiento a las noticias para su posterior publicación. A su vez, el horario de la editora responde a la necesidad de tener preparado el material (titulares, noticias jerarquizadas y esquemas elaborados) para que los textos noticiosos seleccionados puedan pasar a la etapa de corrección

²¹ Vale la pena comentar que durante todo el tiempo que duró el trabajo de campo las reporteras de sociales siempre fueron mujeres. Indudablemente existe en esta situación una fuerte implicación de ideología de género, pues las mujeres son consideradas las «adecuadas» para tratar la nota social. La reflexión puede ser rica, lamentablemente no puedo extenderme sobre ella en esta ocasión.

sintáctico-semántica, pues el primer corrector comienza a trabajar aproximadamente a las cinco de la tarde y el material de la sección de sociales debe estar ya listo para que pueda iniciar.

Por su parte, el corrector debe haber revisado las notas que integran planas de sociales para las siete de la tarde y pasarlas a los formadores quienes elaboran las planas del diario en formato electrónico (diseño editorial por computadora). Los formadores deben haber terminado con la sección a las diez de la noche para que los trabajadores de fotomecánica puedan empezar a revelar las placas para impresión. A la medianoche, los trabajadores de prensa deben estar iniciando el tiro de la sección de sociales. Conforme cada departamento va terminando con la sección de sociales (esto es: corrección, formación, fotomecánica y prensa), deben continuar con las demás secciones en un proceso ininterrumpido bajo el siguiente orden: deportes, nacional e internacional, local; con la finalidad de estar en el mercado a las cinco de la mañana:

Nosotros, por ejemplo, tenemos cinco secciones; yo tengo que estar en el mercado a las cinco de la mañana. Tiempos y movimientos significa establecer sistemas de producción, sección por sección, para que la última que yo cierro sea a las tres de la mañana y alcance a salir perfectamente a las cuatro y media, quince para las cinco, y que a las cinco esté en el centro de distribución. Con ese procedimiento no hay ningún problema. ¿Por qué? Porque si mandas sociales, si mandas espectáculos, si mandas deportes, si mandas local, si mandas nacional te vas a dar cuenta de que tienes un proceso totalmente unido. Entonces en lo único que debes preocuparte es en que no se frene el procedimiento de sección a sección, para que mantengas a todos los departamentos trabajando. Si por ejemplo, (la gente de) fotomecánica llega a las diez de la noche, a la diez de la noche debe tener sociales, a las once, once y media debe tener espectáculos, a las doce, doce y media ya debe tener deportes, a la una ya debe tener nacional, a las dos o tres de la mañana ya debe tener la local con policía integrada. O sea, debe tener todo ya para hacer el último tiro, esto es el flujo de trabajo de continuo en todos sus departamentos, incluyendo prensa.²²

Este proceso pone de manifiesto la prioridad económica de la empresa periodística. Tener un proceso perfectamente establecido de tiempos y movimientos en la producción del diario es un elemento

²² Entrevista con el editor de la sección local.

fundamental para cumplir con el objetivo último del diario: estar siempre listo a la misma hora para no perder participación en el mercado. Esta situación tiene una importancia no únicamente administrativa, sino también simbólica, puesto que la actividad que sirve como detonante de todo este proceso es la búsqueda de noticias. De tal manera, los reporteros deben integrar un procedimiento rutinario que les permita disponer de material noticioso certificado por fuentes legitimadas en los tiempos señalados por el periódico para poder tener ese proceso "totalmente unido" del que habla el jefe de la sección local. Si uno de los reporteros no entrega el material en la hora de cierre de edición establecida por el medio (*deadline*),²³ todo el proceso entra en crisis.

De ahí la aseeración que menciona que las noticias son el resultado de sus procesos de producción y que, entonces, para entender qué tipo de elaboración simbólica son las noticias primero debemos entender cómo se producen.²⁴ El sistema de trabajo que acaba de ser delineado establece condiciones para que las noticias en este diario aguascalentense sean de determinada forma y no de otra. Esa determinación se define en función de las rutinas noticiosas.

RUTINAS DE RECOPIACIÓN DE LA INFORMACIÓN

Las rutinas de recopilación de información tienen un carácter normativo. Esta consideración no pretende quedarse en la dimensión ingenua de enumerar las acciones que un reportero realiza para obtener información en un diario de Aguascalientes, sino dar cuenta de los

²³ Los estudios anglosajones recogen mucha de la jerga periodística que utilizan los informadores en Estados Unidos para referirse a ciertos elementos importantes en el proceso de producción noticiosa. En este caso *deadline* (literalmente "línea de muerte", algo así como "plazo fatal" o "punto límite") tiene una significación del tipo de *punto crítico*, porque es el momento en el que se debe entregar el material exigido por la organización noticiosa en forma de cuota noticial (como más adelante se verá, a los reporteros se les exige una determinada cuota de noticias diariamente). Y esa entrega no debe prolongarse; a como dé lugar, el periodista debe llegar al *deadline* con el material noticioso solicitado por la organización periodística.

²⁴ Leon V. Sigal, *op.cit.*, p. 11.

procesos de construcción simbólica y por tanto de construcción social de la realidad que las noticias representan en el contexto de su producción.

Entender que las noticias no son la realidad misma, sino una narración de ella²⁵ nos otorga la pauta para considerar que las noticias son relatos del acontecer contruidos desde ciertas posiciones, lugares físicos e ideológicos, desde donde se observa el mundo cotidiano. La pregunta clave, una vez llegados a este punto, es: ¿cómo se manifiesta esa construcción discursiva compleja que las noticias son? El análisis de las rutinas noticiosas permite observar la articulación de estrategias para elaborar noticias, en las cuales resalta un gran esfuerzo por parte de los niveles jerárquicos más altos de la empresa periodística para mantener el control social sobre la construcción de reportes informativos, probablemente con la intención de evitar fugas de sentido en las informaciones que se difunden.

EXIGENCIAS ORGANIZACIONALES

La primera manifestación del control sobre la construcción noticial en el diario aguascalentense analizado son las exigencias organizacionales. Estas exigencias representan la manera en que los agentes que se encuentran en las posiciones más altas de la línea vertical de autoridad mantienen el orden del proceso de producción noticiosa mediante la imposición de criterios de producción informativa. Las principales exigencias que deben satisfacer los periodistas son las siguientes:

1. *Cuota de noticias*: Cada día, los reporteros de la sección local tienen la obligación de entregar cinco reportes. Esta exigencia le permite al diario asegurarse de que en cada edición contará una cantidad conveniente de noticias que deberá usar para llenar los espacios de los que dispone.

Y en este caso la empresa te manda, pues como el general ¿no?: «vaya afuera a partírsela y tráigame lo mejor que encuentre» ¿no? «venza, triunfe, no venga con puros fracasos», porque pos llegas y «¿cuántas notas trae?», «no pues que, itres!», «no pos aquí son cinco, no sé de dónde las va a sacar, pero las va a traer». Eso por

²⁵ María Elena Hernández, *op. cit.*, p. 236.

un lado y por el otro, el que bueno, las empresas periodísticas en su nombre lo llevan, son empresas periodísticas, entonces una empresa periodística también tiene que ver mucho con la venta, con la circulación, y ahí sí ya también hay criterios que se manejan en cuanto a que hay noticias de mucho peso para sectores específicos.²⁶

2. *Información certificada*: Acercarse a fuentes de información legitimadas socialmente por diferentes procesos sociales (políticos, académicos, económicos, etc.), permite a los reporteros encontrar información certificada y, por lo tanto, institucionalmente verídica con la cual construir noticias. En Aguascalientes, estas fuentes informativas suelen ser dependencias públicas y oficinas gubernamentales de donde se desprende que en este lugar las noticias parten de fuentes de información oficiales. Esto tiene grandes implicaciones que posteriormente serán abordadas.
3. *Hora de cierre (deadline)*: La producción de noticias, como ya vimos, tiene su dimensión operativa en un proceso de tiempos y movimientos. La hora de cierre es un límite que la empresa periodística pone a los reporteros con la finalidad de no alterar ese proceso que es esencial para cumplir con el *ciclo noticioso* de 24 horas con el que el periódico trabaja, y poder estar sin contratiempos en los centros de distribución a la hora señalada.

Bueno, pero también está otra presión, mucha gente de acuerdo a su criterio o de acuerdo a su forma de ser o de actuar, le puede ocasionar [...] que quiera presionar a una fuente para que le contesten una cosa porque le ordenaron llevar esa información. Sí, entonces, tiene que ser verde aunque sea negro, y tiene que ser verde para las tres de la tarde.²⁷

4. *Ronda por las fuentes informativas*. Parte de las manifestaciones del control sobre la producción de noticias se encuentra en la sistematización de la cobertura de las fuentes informativas. La actividad rutinaria de recopilación de información consiste en realizar una ronda de visitas en los escenarios en que se encuentran las fuentes legitimadas de información para recopilar datos con

²⁶ Entrevista con reportera de la sección local.

²⁷ *Ibidem*.

los que los reporteros pueden producir noticias. El asunto se complica porque no se trata únicamente de buscar gente importante y entrevistarla, sino que esta actividad esté implicada de una manera institucionalmente aceptada de acercarse a la realidad.

Preferentemente siempre se busca a la gente representativa de un sector o se ordena [...] el periódico ordena reportear con los titulares de las fuentes, pero no es obligatorio. También hay otro tipo de fuentes o de sectores donde opinan otros que no son los meros meros, pero casi siempre como que es una constante ¿no? Porque ya ves que todo mundo va con el líder del SNTE (Sindicato Nacional de Trabajadores de la Educación), el director del ISEA (Instituto de Salud del Estado de Aguascalientes), el presidente de la barra de abogados, etcétera. Entonces te digo, pero no es obligatorio tampoco. Y el porqué sea, pues yo pienso que también obedece al esquema de sociedad en que vivimos de jerarquías ¿no?, donde todo está jerarquizado, donde siempre hay un jefe y un subalterno, o un representante y muchos agremiados, creo que es parte de la pirámide en la que vivimos, o sea, la escala de valores, la jerarquización de las personas [...].²⁸

Esto permite que ciertos actores sociopolíticos estén presentes en las noticias, pero otros no (voces alternativas que no han logrado el acceso a los medios informativos). En cada proceso social se generan distintos tipos de discursos, pero debido al tipo de recursos y acceso a la participación social, sólo algunos actores logran colocar sus discursos en los medios noticiosos y en Aguascalientes las fuentes de información más legitimadas suelen ser las dependencias oficiales del gobierno.

Por eso, no obstante la carencia del jefe de información en la estructura del diario, los reporteros no son totalmente autónomos cuando realizan la cobertura. La organización noticiosa asigna a cada reportero las fuentes que debe cubrir. Esto tiene una utilidad funcional, pues al tener ciertas fuentes asignadas se evita que los reporteros vaguen sin rumbo fijo tratando de encontrar noticias. Por otro lado, la organización periodística selecciona de antemano los discursos que aparecerán en las páginas del diario al asignar a sus reporteros la cobertura de ciertas informaciones y discriminar otras que también se generan cotidianamente en los diversos contextos de la ciudad. A su

²⁸ *Ibidem.*

vez, la cobertura periodística obedece a ciertas condiciones organizacionales y económicas:

- Los medios noticiosos de Aguascalientes tienen pocos reporteros debido a que las empresas periodísticas no son muy grandes. Esta determinación económica obliga a que cada reportero tenga asignado un número considerable de fuentes informativas de naturalezas diversas. Por ejemplo, uno de los reporteros que fueron acompañados durante el trabajo de campo daba cobertura simultáneamente a sindicatos (excepto el de ferrocarrileros y el de maestros, que correspondían a otro colega), algunos colegios de profesionistas, el municipio de Jesús María, el Partido Acción Nacional y, en ocasión de las vacaciones de otro compañero, atendía también el Congreso del Estado. Como puede observarse, difícilmente un reportero puede especializarse en un área de cobertura cuando se le asignan fuentes tan distintas. La asignación de fuentes a los reporteros parece ser dispersa y sin lógica temática o de escenarios.

- La selección de fuentes informativas a las que la empresa noticiosa decide dar cobertura muestra una estructura de realidad,²⁹ pues se encuentra fincada en una serie de instituciones socialmente legitimadas que por lo regular son dependencias gubernamentales u oficinas muy cohesionadas socialmente.³⁰ Los medios noticiosos organizan y delimitan la realidad en función de las fuentes a las que deciden prestarles atención. Las fuentes a las que un medio noticioso cubre nos habla del tipo de realidad que reportan. Para el caso de Aguascalientes, la realidad parece ser fragmentada, oficial y delimitada. Es fragmentada porque los acontecimientos suceden en ciertas partes (los ámbitos de las fuentes informativas), pero no en otras. Es oficial porque las fuentes informativas se encuentran fuertemente legitimadas por la estructura social y los representantes de estas fuentes son considerados *conocedores oficiales de la realidad*.³¹ Es delimitada porque la actividad rutinaria de la ronda que realizan los periodistas permite que las noticias sean programadas, es decir, que tengan espacialidades y temporalidades concretas para su ocurrencia.

²⁹ Gaye Tuchman, *op. cit.*, p. 98.

³⁰ Ver el anexo "Fuentes informativas cubiertas por el diario analizado".

³¹ Concepto establecido por Fishman, *op. cit.*, 108.

Existe un principio de *afinidad burocrática*³² entre las fuentes informativas y el diario. Esto se debe a que los medios noticiosos y las fuentes son burocracias, en el sentido sociológico del término. Es decir, son organizaciones sociales con una línea vertical de autoridad y con divisiones funcionales que establecen una serie de relaciones sociales, conflicto, negociación, consenso y control social con respecto a los discursos que generan. Sigal señala –y este estudio lo confirma para el caso de Aguascalientes– que solamente una organización burocrática como el gobierno puede satisfacer las necesidades de información de otra organización burocrática (un diario) que requiere sistemáticamente generar noticias siempre a la misma hora para cumplir con su ciclo noticioso.³³ La empresa informativa puede ser definida como: “[...] la entidad social, formal y económica que emplea trabajadores para producir contenidos mediáticos. Está dirigida hacia ciertas metas, compuesta de diferentes secciones y burocráticamente estructurada”.³⁴

CANALES RUTINARIOS DE INFORMACIÓN

La relación entre los representantes de las fuentes informativas y los reporteros (representantes de las organizaciones periodísticas) es fundamental en la producción noticiosa. Los reporteros deben satisfacer las expectativas de la empresa a la que pertenecen a través del cumplimiento de las exigencias organizacionales. Los representantes de las fuentes, a su vez, pretenden acceder a los medios con la finalidad de hacer visible su participación social y, para ello, llevan a cabo ciertas estrategias fundadas en las relaciones públicas. En Aguascalientes, las fuentes informativas utilizan canales rutinarios de información para conseguir el acceso a los medios noticiosos. A

³² *Ibid.*, p. 165.

³³ Leon V. Sigal, *op. cit.*, p. 14.

³⁴ Frank Esser, "Editorial structures and work in british and german newsroom", en *European Journal of Communication*, vol. 13, núm. 3, Sage Publication, Reino Unido, 1998, p. 376.

través de ellos otorgan datos a los reporteros en forma de subsidios informativos. Los reporteros, a su vez, se benefician porque gracias a tales subsidios cumplen con las exigencias de la organización (cuota noticial, información certificada, etc.). Es así que fuentes y reporteros entran en una relación simbiótica: las fuentes tienen la necesidad de aparecer en las noticias, mientras que los reporteros requieren cumplir con ciertas obligaciones debido a lo cual se acercan a las fuentes.

Los principales canales rutinarios de información que sintetizan esa relación entre fuentes y reporteros son los siguientes:

- *Soportes informativos*: Las fuentes (principalmente aquellas que se encuentran altamente burocratizadas) generan productos que sirven a los reporteros como soportes porque les otorgan información noticiosa sin la necesidad de realizar búsquedas, pues los representantes de las fuentes informativas les ahorran el trabajo. Hablamos de boletines de prensa, versiones estenográficas, informes, etc. Esto tiene una doble utilidad: por un lado, la fuente informativa puede ingresar discursos, enfoques e información que desea hacer públicos a los medios noticiosos; por el otro, el reportero se beneficia porque sin mucho esfuerzo cumple con las exigencias organizacionales.
- *Reuniones con reporteros*: Los representantes de las fuentes informativas suelen reunirse con los reporteros de los medios aguascalentenses. Es así que se organizan conferencias, ruedas y comidas de prensa en donde los periodistas tienen contacto directo con los funcionarios que dirigen las dependencias u oficinas que para los medios noticiosos constituyen fuentes informativas.
- *Las relaciones públicas*: McNair ha dado cuenta de un fenómeno que ha crecido a partir de los últimos años del siglo XX. Se trata del uso de las relaciones públicas por parte de las fuentes informativas como una forma de profesionalizar el acceso a los medios noticiosos.³⁵ En Aguascalientes son pocas las fuentes que tienen los recursos suficientes para mantener un equipo humano dedicado a las relaciones públicas que dé atención a los hombres de prensa; la mayoría de ellas son oficinas gubernamentales o dependencias

³⁵ Brian McNair, *op. cit.*, p. 143.

públicas. Sin embargo, cada vez es más notorio el esfuerzo realizado para actuar de esta manera.

En el proceso de relaciones entre los representantes de las fuentes informativas y los reporteros que les dan cobertura se genera un tercer espacio: el de la interacción entre estos dos sujetos individuales que actúan determinados por lógicas organizacionales de acuerdo a la burocracia de adscripción de cada uno. Esa interacción está caracterizada por situaciones de negociación y consenso acerca de la realidad. La realidad negociada por fuentes y reporteros determina en gran medida el tipo de acontecer que los periodistas finalmente narran en forma de noticias.

RUTINAS DE TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

Las rutinas de tratamiento de la información tienen una importancia fundamental porque como resultado de ellas la organización define los reportes que se convertirán efectivamente en noticias. Estas rutinas integran los procedimientos de selección, jerarquización y presentación de las noticias.

Los periodistas que laboran en este diario encuentran en tales procesos el factor de *socialización* principal a partir del cual aprenden a distinguir acontecimientos noticiables de otros que no lo son cuando se encuentran en la labor cotidiana de recopilar la materia prima para la realización de las noticias. El aprendizaje del periodista para fabricar noticias inicia con la interiorización de los criterios organizacionales para la selección noticiosa porque precisamente esos criterios se convierten en estructuras de interpretación acerca de la realidad. Entre más arriba se encuentra un periodista en la línea vertical de autoridad de la organización noticiosa, su grado de socialización en los criterios organizacionales del manejo de la información es mayor:

[...] la división del trabajo dentro de las organizaciones noticiosas nos indica algo más que procesos organizacionales. A lo largo de ésta cristalizan líneas de escisión. Los hombres en determinada posición en la organización ven el mundo desde perspectivas que difieren de otros hombres en otro sitio de la organización.³⁶

³⁶ Sigal, *op. cit.*, p. 15.

En función de lo anterior, cuando un reportero no ve publicadas sus noticias, debe aprender que ese tipo de reportes no son considerados noticiables por la empresa ya que no fueron seleccionados; asimismo, las noticias publicadas y, aún más, aquellas que son destacadas gracias al diseño editorial que permite privilegiar ciertas informaciones por encima de otras, son la manera en que la organización comunica al reportero el tipo de noticias que espera recibir cotidianamente. Es un código que los periodistas deben aprender a leer porque, de lo contrario, corren el riesgo de ser sancionados mediante diversas acciones que van desde el giro de memorandos hasta el cambio de sección (de local a sociales, por ejemplo; existen secciones con mayor peso o importancia que otras) o la salida del medio noticioso.

En el caso del diario que analizamos, se dio el caso de una reportera que no interiorizó los criterios organizacionales para dotar de información a la sección local del periódico. Esto ocasionó que se generara una percepción de ella como una persona con poco profesionalismo y falta de "olfato periodístico".³⁷ Como consecuencia, la reportera salió del periódico; sin embargo, al poco tiempo se había convertido en jefe de información de uno de los diarios nuevos que circulan en la ciudad. Esto permite entrever la diferencia de criterios –estructuras de interpretación– con respecto a la realidad que pueden cambiar de una organización a otra, o bien, que son más fáciles de interiorizar en una organización que en la otra.

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS

Los espacios para publicar las noticias son limitados. En este diario se abren cada día ocho planas de las cuales entre el 20 y 30 por ciento corresponden a anuncios publicitarios.³⁸ Esto obliga a realizar un proceso de selección para decidir cuáles noticias serán publicadas, pero también cuáles no aparecerán. Existen actores organizacionales

³⁷ "Olfato periodístico" es una metáfora que utilizan los periodistas de este diario para referirse al proceso de socialización por medio del cual un reportero aprende a satisfacer las expectativas informativas de la organización.

³⁸ De acuerdo con el responsable de formación editorial del periódico.

que se encargan de esta labor que, por cierto, está impregnada de un fuerte control social como a continuación se explicará.

Puesto que las rutinas de tratamiento de la información son valoraciones organizacionales que se hacen de las noticias, los editores (o jefes de sección, responsables directos de tales actividades) deben haber interiorizado fuertemente los criterios de la empresa. De esta manera, se evita la fuga de sentido. El control sobre estas valoraciones es ejercido por el director personalmente. Cada día el director selecciona y autoriza noticias; también da visto bueno al trabajo que los editores de las diferentes secciones realizan con respecto al tratamiento de la información bajo un sistema de toma de decisión autoritaria. El autoritarismo es la forma en que el director coordina las actividades de tratamiento y la estructura organizacional lo permite porque lo ubica como el *gatekeeper*³⁹ más importante debido al lugar jerárquico que ocupa.

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: 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 «ésta es la de ocho y ésta me la mandan allá al cajón... de lo que no sirve», sino que tú diario traes tu información, es tu compromiso, y ahí está la información, ahí están las notas. Si el director o el periódico consideran que son buenas las ponen y si no pues no las ponen, y párale de contar.⁴⁰

³⁹ El *gatekeeper* o guardabarreras es un término que fue acuñado por el psicólogo Kurt Lewin en un estudio realizado en 1947 sobre las dinámicas de los grupos sociales (Mauro Wolf, *op. cit.*, p. 204). En su trabajo, Lewin encontró que existen «canales» por donde fluye la secuencia de comportamientos relativos a un campo. Descubrió que algunas zonas de estos canales funcionan como «puertas» (*gates*), es decir, zonas de filtro que bloquean y a la vez permiten el paso de determinados flujos de información. Quienes controlan estas puertas son individuos o grupos que deciden cual información bloquear y cuál dejar pasar. A estos porteros Lewin los llamó *gatekeepers*. Posteriormente, Manning White, en un estudio publicado en 1950 sobre la selección de noticias en un periódico local estadounidense, consideró *gatekeeper* a quien tiene la posibilidad de decidir si una noticia va a ser transmitida o retransmitida de una manera o de otra (Mauro Wolf, *op. cit.*, p. 205; Lorenzo Gomis, *Teoría del Periodismo*, Paidós, México, 1991, p. 81). Entrevista con una reportera de la sección local.

Al mismo tiempo, aceptar la autoridad del director les evita a los editores la necesidad de decidir cuál información es noticia y, por lo tanto, publicable. De tal manera, el control autoritario es a la vez sistema operativo para la decisión y estrategia operativa para la publicación "correcta" del periódico, porque el editor no tiene que decidir cuáles noticias son importantes pasando tal responsabilidad a un nivel superior en la línea vertical de autoridad. Por lo tanto, *la realidad reconstruida noticiariamente necesita ser autorizada y seleccionada para ser presentada.*

Él [el director] tiene el mando. Y el poder se ejerce o se pierde, porque a falta de mando sobreviene la anarquía. El periódico funciona. Bien o mal, pero hay organización. Claro que toda organización es perfectible. Es algo normal porque quien tiene la responsabilidad ante el dueño del periódico es él [...] El director quiere tener el pulso del periódico. Yo mismo le muestro todo. [...] toma el papel que le corresponde. Delegar algo tan importante como la primera plana es peligroso. El director debe desconfiar de todo [...] Yo le muestro todo, porque al revisarlo él, yo quedo más tranquilo porque está autorizado.⁴¹

La selección noticiosa de la información inicia desde la asignación de fuentes a los reporteros, debido a que desde ese momento la organización define los ámbitos y los tiempos en los cuales las noticias ocurrirán. O por lo menos los ámbitos en donde se registra la información que interesa ser recopilada por el periódico. Los procedimientos para seleccionar y autorizar noticias no quedan aún claros, pero es evidente que se ponderan relaciones políticas y económicas por parte de los responsables de estas rutinas, ya que las fuentes informativas de las cuales se recupera materia prima noticial suelen ser administradores de estos tipos de poder. Esto obliga a los responsables del tratamiento de la información a mantener especial atención en los intereses compartidos entre la organización periodística y las fuentes informativas que a final de cuentas ambos son actores sociopolíticos.

⁴¹ Diálogo con el editor de local.

JERARQUIZACIÓN DE LAS NOTICIAS

El formato periodístico para la presentación de las noticias conlleva ciertos valores propios de la actividad informativa. Los periodistas definen en cada edición la noticia más importante que ocupará el lugar denominado *ocho columnas de la primera plana*, y a partir de ella se eslabonan las demás noticias hasta tener conformada la primera página del diario, después las ocho columnas de interiores y finalmente las demás noticias que se utilizan casi como una manera de llenar el espacio disponible. En este proceso nuevamente aparece el director como el sujeto que define la jerarquía de las noticias gracias a su posibilidad de toma de decisión en la organización noticiosa.

Cuando los periodistas se refieren a la manera en que se jerarquizan las noticias, utilizan la metáfora del "impacto social", según el cual valoran el grado de polémica e importancia (en ese orden) que ciertas noticias puede tener en los públicos lectores. Esto da la pauta para señalar que en realidad este proceso implica la valoración de las informaciones mediante el reconocimiento de escenarios y fuerzas sociales, económicas y políticas por parte de los *gatekeepers* que filtran y procesan la información noticiosa al interior de la empresa periodística.

Es importante leer la nota completa para encontrar *la esencia de la nota*. Así podemos conjugar el contenido y la forma. ¿De qué sirve un periódico bonito si no tiene fondo? [...] Si lees la nota vas a encontrar puntos de trasfondo: ¿qué impacta más al criterio popular?, ¿qué le da esencia a la nota?, es decir lo trascendente.⁴²

Existen fuentes informativas que suelen ser consideradas "importantes" y que por lo regular se encuentran ligadas al poder político y económico, o bien temas que recurrentemente aparecen en los medios noticiosos porque cumplen con los criterios que los periodistas consideran que deben tener las informaciones para

⁴² Diálogo con el editor de la sección local.

convertirse en noticia (valores noticiosos).⁴³ Esto, señalado junto con algunos otros factores, puede ofrecer la pauta para definir lo que los periodistas aguascalentenses consideran como la *esencia de la nota* a partir de la cual es posible jerarquizar las noticias.

El proceso de jerarquización obliga a pensar la noticia desde antes de que sea elaborada. Por esa causa la empresa periodística asigna a sus reporteros más "aptos" (más socializados en sus criterios organizacionales) para dar cobertura a las fuentes más «importantes» que suelen ser las dependencias públicas más legitimadas en la estructura social (los poderes de gobierno, funcionarios de primer nivel, empresarios, administradores de los recursos financieros, etc.).

El proceso de jerarquización es complejo e implica mucho más que colocar noticias por orden de importancia. Lo que está en juego es precisamente una lógica organizacionalmente validada y socialmente determinada que se convierte en un esquema de interpretación de la realidad para distinguir –de acuerdo con ciertas valoraciones que ponen en juego distintos tipos de fuerzas (políticas, económicas y sociales por lo menos)– cuáles noticias son más importantes frente a las demás.

LA PRESENTACIÓN DE LAS NOTICIAS

Después de los procesos de selección y autorización, las noticias son preparadas para presentarlas a los públicos. El aspecto más sobresaliente de este procedimiento es la elaboración de cabezas o titulares por medio de los cuales la organización noticiosa enfoca el sentido de las noticias. Si las noticias son una interpretación de la realidad que hacen los reporteros con mediación de los criterios organizacionales, las cabezas y titulares son nuevas interpretaciones

⁴³ En consecuencia, no toda la información a la que los periodistas tienen acceso se convierte en noticias. Los valores noticiosos (Gabriel González Molina, *Valores noticiosos: la distribución desigual del acceso periodístico*, Avances de investigación, Universidad de Colima, 1986, p. 12) son elementos de juicio a los cuales los periodistas someten los acontecimientos para definir si pueden ser noticias o no (noticiabilidad de los acontecimientos).

que la organización hace de las noticias. Es pertinente analizar la lógica mediante la cual se elaboran porque representan una propuesta de lectura (y por lo tanto de sentido) de las noticias.

El discurso que utilizan los periodistas para explicar la manera en que se elaboran los titulares hace referencia a *la esencia* de la noticia. Redactar un encabezado es encontrar esa esencia y resaltarla. Pero lo que en realidad se resalta en las cabezas es lo noticiable del acontecimiento desde la visión de la empresa periodística. Es decir, se refuerzan las estructuras de interpretación de la realidad que ya se encuentran implícitas en el cuerpo de la noticia, pero que son enfatizadas a través de los encabezados.

Por otro lado, el asunto es también una estrategia mercadológica porque los titulares resaltan elementos que la organización supone capturarán la atención de los lectores-consumidores. Después de todo, destacar ciertos aspectos de las noticias mediante los titulares es una manera de hacer una oferta periodística frente a una demanda informativa.

Construcción mercadológica o construcción noticial, las cabezas –al igual que las noticias– deben sujetarse a las condicionantes organizacionales. Cotidianamente, el jefe de la sección local debe presentar las cabezas al director del periódico para que sean autorizadas. El director decide cuáles de todas las cabezas presentadas “pasan”, a cuáles hay que practicarles algún cambio o definitivamente cuáles deben ser cambiadas por completo. De nueva cuenta encontramos al director del diario como el filtro más alto en el proceso de tratamiento del material noticioso. La razón de ello es el cuidado institucional que la empresa le dedica a su producto más importante, las noticias. Se puede decir que es una especie de control de calidad simbólico altamente supervisado.

CONCLUSIONES

Noticias, significación y acción social

El proceso de fabricar noticias en Aguascalientes consiste en elaborar narraciones de la realidad de acuerdo con estructuras de interpretación del acontecer establecidas por medio de lógicas organizacionales y

burocráticas; es decir, procedimientos impuestos verticalmente y que se sustentan en una división social del trabajo informativo.

Si seguimos a Peirce cuando dice que la significación es una forma de acción social,⁴⁴ podremos entender que las prácticas periodísticas encaminadas a la producción noticiosa son prácticas sociales porque integran procesos de significación de la realidad en función de criterios organizacionales aceptados colectivamente para la "correcta" manera de generar noticias.

Las prácticas periodísticas tienen la especificidad de que constituyen procesos consensados por las comunidades de periodistas y las organizaciones noticiosas. De esta manera, las noticias son el producto de un consenso, una negociación acerca del entorno para narrarlo como acontecer. Junto con Tuchman⁴⁵ podemos señalar que las noticias son una empresa negociada.

Las noticias constituyen, entonces, una verdadera reconstrucción de la realidad debido a que no son la realidad misma, sino el fruto de las negociaciones y consensos llevados a cabo por los periodistas y otros actores de la producción noticiosa. En otras palabras, la noticia es una significación acerca del entorno mediada por múltiples actores institucionales (burocracias de adscripción, organización periodística) e individuales (reporteros, jefes, directivos, representantes de las fuentes de información) y determinadas por las acciones que esos actores llevan a cabo entre sí para generarlas y narrar la realidad.

Socialización noticiosa

Los periodistas llevan a cabo prácticas sociales que tienen que ver con rutinas o pautas de actividades aprendidas mediante la socialización, es decir, la interiorización de criterios que representan el uso de significaciones colectivas con respecto a estos productos comunicacionales. Esto se relacionan directamente con representaciones que la comunidad periodística se hace de su entorno

⁴⁴ Adriana Yurén, *Conocimiento y comunicación*, Alhambra Mexicana, México, 1994, p. 173.

⁴⁵ Gaye Tuchman, *op. cit.*

y de cómo reportarlo, situación que inevitablemente lleva a reconocer que la noticia es un producto social que tiene como finalidad reconstruir acontecimientos del mundo social (la realidad) a partir de narraciones del acontecer.

La manera en que los periodistas se contactan con una serie de actores sociopolíticos para la recopilación de información y la elaboración de las noticias mediante rutinas de trabajo, tiene que ver con estructuras de interpretación de la realidad interiorizadas a partir de los criterios organizacionales. Mediante un intenso proceso de socialización –que incluye como elemento articulador el de aprender a satisfacer las exigencias impuestas por la empresa periodística–, los periodistas aprenden el oficio.

A pesar de que no quedan completamente claros los mecanismos por los cuales la organización selecciona ciertas noticias y privilegia algunas sobre las demás, los periodistas de alguna manera llegan a comprenderlos, aunque no los puedan explicar. Es así que un reportero aprende a discriminar fuentes informativas, temas noticiosos, tratamientos de las noticias, etc., en función de lo que sabe que la organización espera de él.

Cuando el reportero observa sus notas publicadas puede llegar a entender la importancia que la empresa le otorga a los factores que componen la noticia de acuerdo al lugar que ocupa en el ejemplar (primera plana, interiores, etc.). Pero si la nota no se publica, el reportero entiende que por ciertas circunstancias su reporte no pasó los filtros de la selección.

Esta situación junto con muchas otras, como la convivencia con los compañeros de trabajo, las relaciones con los jefes y directivos o la relación con las fuentes informativas, van conformando un esquema de acercamiento al acontecer, una estructura de interpretación de la realidad. Aquello para lo cual los periodistas utilizan metáforas como “adquirir olfato periodístico”, ante la imposibilidad de explicarlo claramente. La socialización noticiosa es la brecha que separa al periodista veterano, experimentado (y por lo tanto socializado) del periodista novato, inexperto, que apenas inicia su proceso de socialización en la organización periodística.

El contexto de la organización es el que ofrece las estructuras de interpretación de la realidad a partir de las cuales los periodistas

elaboran las noticias en Aguascalientes. Es por esto que la institucionalización de los medios noticiosos se funda en la interiorización de criterios a partir de prácticas y rutinas perfectamente establecidas. Los procesos de socialización en la incorporación y uso de tales rutinas es el eje a partir del cual se define el oficio periodístico. ❁

ANEXO

FUENTES INFORMATIVAS CUBIERTAS POR EL DIARIO ANALIZADO

A través de una entrevista el director del diario analizado enumeró cuáles son las fuentes de información que cubren sus reporteros de la sección local o de primera plana:

1 Política

- Gobierno Federal (a través de sus delegaciones)
- Gobierno Estatal (todas las dependencias)
- Gobierno Municipal (todas las dependencias)
- Poder Ejecutivo
- Poder Legislativo
- Poder Judicial

2 Sector Eclesiástico

- Obispado católico
- Otras iglesias (aunque el director reconoció que la cobertura de éstas es muy raro. Son fuentes que aún no se legitiman en el ámbito noticioso aguascalentense. Posiblemente por la poca cantidad de iglesias alternas existentes en Aguascalientes, aunque parece que más bien se debe a que deliberadamente son excluidas de la cobertura noticiosa para privilegiar a la religión católica).

3 Sector Educativo

- «Todos los niveles de instrucción desde el obligatorio hasta la universidad».
- Instituto de Educación de Aguascalientes (quien ejerce la rectoría de la educación pública y la privada por concesión).
- Aspecto cultural (aunque es raro que aparezca en local, es más bien material para sociales).

4 Sector Agropecuario

- Todo lo que tiene que ver con el campo y la ganadería (incluye a los productores, instituciones gubernamentales, etc.).
- 5 Sector Comercial
 - CANACO («al frente»)
 - Iniciativa Privada
 - Sindicatos patronales («cualquier patrón es sujeto de interés para el periódico»)
 - 6 Sector Obrero
 - Sindicatos de trabajadores.
 - Agrupaciones de trabajadores (FTSE—Federación de Trabajadores al Servicio del Estado—, CTM, CROC, CROM, etcétera).
 - Autoridades de índole laboral.
 - Procuraduría de Defensa del Trabajo.
 - Juntas local y federal de conciliación y arbitraje.
 - Dirección del Trabajo.
 - 7 Sector financiero.
 - «Todo lo relacionado con los dineros».
 - Centro Bancario.
 - CONDUSEF (Consejo de Defensa del Usuario de Servicios Financieros).
 - Casas de Cambio.
 - IMEF (Instituto Mexicano de Finanzas).
 - 8 Colegios y Asociaciones.
 - Profesionistas colegiados.
 - Otras asociaciones civiles (de abarroteros, de tianguistas, de deudores, etc.).
 - Organizaciones no gubernamentales.
 - Organizaciones como el Frente Estatal de Organizaciones Independientes (FEOI), la Unión Campesina Democrática (UCD), etc.
 - 9 14TM Zona Militar.
 - 10 Fuente regional.
 - Todos los demás municipios del estado distintos al de la capital.
 - 11 Partidos Políticos.
 - PRI
 - PAN

- PRD
- Otros
- 12 Policía
 - Policía Judicial
 - Policía Preventiva
 - Tránsito
 - Cuerpos de rescate
- 11 Sector Salud
 - Instituto de Salud del Estado de Aguascalientes (ISEA)
 - Delegación de la Secretaría de Salud
 - IMSS
 - ISSSTE
 - Hospitales
- 13 Fuente electoral
 - Tribunal Electoral
 - Consejo Estatal Electoral
 - Instituto Federal Electoral

Nota de los editores: La tesis de maestría de la cual deriva el presente artículo ha sido premiada por el Consejo Nacional para la Enseñanza e Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC), por lo que felicitamos cordialmente a su autor.