

SALVADOR DE LEÓN VÁZQUEZ

Departamento de Comunicación/UAA  
sdeleon@correo.uaa.mx

#### DEFINIR LAS NOTICIAS

En un manual de periodismo la noticia se define como un género periodístico caracterizado por referir una información de manera veraz, oportuna y objetiva. Además tiene una estructura discursiva específica, ya que procede con un esquema de “triángulo invertido” que permite presentar en el primer párrafo o entrada (base) la parte “más importante” de la información y en lo sucesivo sólo se otorgan detalles hasta llegar a lo que tiene “menos importancia”, lo cual se expresa en el último párrafo (vértice).<sup>1</sup>

Tal formato obedece a dos condiciones: la primera es operativa y tiene que ver con el espacio-tiempo que se le otorga a los reportes y la posibilidad de recortarlos si es que el medio noticioso no tiene espacio suficiente para presentarlos en su totalidad, pues la publicidad y otras noticias pueden acapararlo. Cuando el editor se ve en la necesidad de recortar las noticias puede estar seguro de que sólo quitará detalles porque lo importante quedará integrado en la entrada, de acuerdo con las reglas de la profesión para redactar las informaciones. La segunda, es un imaginario que del lector se construyen los periodistas, ya que suponen que escriben para lectores

<sup>1</sup> Cfr. Leñero y Marín, *Manual de Periodismo*, México, Grijalbo, 1986.

que requieren informarse rápidamente de los acontecimientos, por lo que utilizan el primer párrafo para lo primordial.

Aunque la explicación parece meramente técnica, en realidad nos encontramos ante fuertes determinaciones socioculturales, económicas, institucionales, políticas e ideológicas que condicionan la forma en que las noticias son elaboradas, así como su contenido. Debido a esto, definir las noticias en un contexto específico nos puede llevar a encontrar pautas del comportamiento social a través del cual los periodistas articulan una visión de la realidad con el soporte de una institución que está socialmente legitimada para narrarla y que les exige utilizar ciertos formatos para la presentación de reportes que serán juzgados y evaluados para, posteriormente, recibir el estatus de noticia.

La noticia se convierte así en un proceso social en el que participan entes individuales, organizacionales y supraorganizacionales de diferentes naturalezas,<sup>2</sup> por lo que la generación de la noticia y su producción de sentido del entorno trasciende y rebasa la labor del reportero como sujeto particular.

El conjunto de postulados teóricos de la sociología de la producción de noticias indica que las noticias son el resultado de un proceso complejo de negociación y consenso acerca de la realidad.<sup>3</sup> Este proceso, al enmarcarse en contextos institucionales necesarios para su legitimación, mantiene pautas de actividades que obligan a ponderar ciertos aspectos de la realidad por encima de otros. De acuerdo con

---

<sup>2</sup> Entre los sujetos que inciden en la producción noticiosa podemos señalar: reporteros, editores, representantes de instituciones, organizaciones periodísticas, fuentes informativas, marcos legales referidos a las prácticas periodísticas y a la actividad empresarial, el Estado, los sectores de la producción, otros sectores, etc.

<sup>3</sup> Véanse Lance Bennet *et al.*, "Repairing the news: a case study of the news paradigm", en *Journal of Communication*, vol. 35, núm. 2, EUA, 1985; Lorenzo Gomis, *Teoría del Periodismo. Cómo se forma el presente*, Barcelona, Paidós Comunicación, 1991; Brian McNair, *Sociology of Journalism*, Arnold Publishers co-published in USA by Oxford University Press Inc, London-New York, 1998; y Manuel Martín Serrano, *La producción social de comunicación*, segunda edición revisada, México, Alianza Universidad Textos, 1994, entre otros.

Hernández, las noticias no son la realidad misma, sino una narración de ella;<sup>4</sup> pero además esta narración está articulada a partir de perspectivas institucionalmente válidas (oficiales) que no agotan todas las dimensiones del acontecimiento que reportan y, mucho menos, todos los acontecimientos que efectivamente se verifican de manera cotidiana en un entramado social.

Dado que los medios noticiosos carecen de las condiciones (de tiempo, espacio y cobertura) para dar cuenta de todo el acontecer social, se ven en la necesidad de establecer estrategias de aproximación y selección de la realidad noticiosa. Ejemplos de estas estrategias son las rutinas de producción periodística que permiten un acercamiento sistemático a ciertos acontecimientos.<sup>5</sup> Pero para que estas rutinas sean operativas, deben estar sustentadas en esquemas de interpretación del mundo que permitan practicar un recorte de la realidad que ponga de relieve el carácter noticioso del acontecer.

En otras palabras, los periodistas actúan con criterios específicos que orientan no sólo la forma de proceder y acercarse a la realidad, sino también la manera en que la observan y reportan. Estos criterios han sido estudiados por los investigadores interesados en las prácticas periodísticas y jerarquizados bajo el nombre genérico de *valores noticiosos*.

#### CÓMO SE CONSTRUYE "LO NOTICIABLE"

Las noticias no están de por sí dadas, se construyen. Lo que existe son acontecimientos estratégicamente seleccionados y cuidadosamente reportados por los periodistas para ser convertidos en noticias. De tal manera, lo noticiable de los acontecimientos no procede de los hechos por sí mismos, sino del sentido que de ellos

---

<sup>4</sup> María Elena Hernández, "Qué son las noticias", en *Comunicación y Sociedad*, núm. 14-15, CEIC, Universidad de Guadalajara, 1992, p. 236.

<sup>5</sup> Un ejemplo de cómo proceden las rutinas de producción periodística en Aguascalientes puede ser consultado en Salvador de León Vázquez, "Cómo se producen las noticias en Aguascalientes. Caracterización de las rutinas periodísticas desde un enfoque sociológico", en *Caleidoscopio*, núm. 12, UAA, julio-diciembre de 2002, pp. 7-36.

hacen los periodistas. Lo noticiable es construido a partir de ciertas convenciones que han sido consensadas y sancionadas en el espacio socio-histórico que los medios informativos sintetizan. Esas convenciones son los valores noticiosos,<sup>6</sup> que pueden ser conceptuados como valores profesionales y criterios organizacionales legitimados como prácticas sociales a partir de las cuales los periodistas definen la elaboración de las noticias.

Cecilia Cervantes<sup>7</sup> indica que los valores noticiosos son "ciertas convenciones que de manera consensuada -y en este sentido negociada- utilizan los periodistas durante los procesos de recolección

---

<sup>6</sup> Recientemente, en diálogo con académicos del área de filosofía de la universidad a la que pertenezco, se ha cuestionado el uso de la palabra "valor" para aplicarla a los criterios de acercamiento a la realidad con los que operan los periodistas, puesto que en el sentido axiológico del término, "valor" representa ciertos aspectos fundamentales del ser humano que los filósofos sabrán explicar mejor que yo. Me parece que el uso de la expresión "valores noticiosos" puede justificarse si se contextualiza adecuadamente: más que criterios impuestos organizacionalmente por los que los periodistas se guían, representan el resultado de un fuerte proceso de socialización (en la empresa y con las comunidades de periodistas con que se tiene contacto) que los lleva a considerar que actuar conforme a tales formas de entender la realidad es la manera "correcta" de producir noticias, mientras que otras formas son ilegítimas. En todo caso, también existe un trasfondo axiológico porque confrontar aspectos como la objetividad, por ejemplo, tiene que ver con cuestiones como la honestidad, la veracidad, el respeto al vínculo informador-informante, etc., que sumados a otros más, terminan por conformar una *deontología periodística*. Aun así, se puede cuestionar la implicación ideológica y de imposición organizacional de los valores noticiosos en función de los fines que las empresas noticiosas persiguen, pero después de todo, algo parecido se puede decir de los valores axiológicos, al ser el fruto de un contexto determinado (de un tiempo y espacio socio-históricos) en donde intervienen ideologías e instituciones que confluyen como las representadas por religiones, culturas, grupos sociales, etc. Finalmente, el uso del término "valores noticiosos" se ajusta a un cuerpo teórico de referencia, en el cual los investigadores han consensado la aplicación de esta expresión a lo que en este artículo se define como tal, y se puede verificar en la literatura tanto anglosajona como de habla hispana producida inicialmente desde las décadas de los setenta y ochenta, respectivamente, hasta la fecha.

<sup>7</sup> Cecilia Cervantes Barba, "Valores noticiosos en el periodismo televisivo de nota roja. Búsqueda articulada de indicadores empíricos", en *Comunicación y Sociedad*, núm. 25-26, Guadalajara, DECS, Universidad de Guadalajara, México, 1995-96, p. 92.

y procesamiento de la información". Y precisamente la dificultad para definir lo noticiable de un acontecimiento radica en que las noticias no son objetos concretos, sino el resultado de procesos de socialización entre los actores que intervienen en su producción.

Existe un elemento articulador en este aprendizaje social alrededor del cual se van firmando los valores noticiosos; se trata de la rutina de selección de los reportes.<sup>8</sup> Cada día, los medios noticiosos reciben cientos de reportes procedentes de su propio personal y de los servicios de agencias informativas que tienen contratados. Sin embargo, las limitaciones de espacio-tiempo para publicarlos los llevan a procesos de selección y jerarquización de las informaciones. Organizacionalmente, las empresas periodísticas instrumentan formas de identificar los acontecimientos noticiosos mediante el reconocimiento de una estructura institucional en donde las noticias ocurren (la red de fuentes informativas).

Pero sustentando esa estructura de reconocimiento de ámbitos noticiales, se encuentra una estructura del significado de la acción social fundada en una ideología particular de la producción de noticias que se hace operativa en un sistema de interiorización de criterios organizacionales, mismo que los periodistas adquieren en un proceso complejo de socialización en su área laboral.

Se ha dicho que la rutina de la selección noticiosa es el eje articulador del aprendizaje acerca de lo que es noticia y lo que no lo es, porque los periodistas aprenden a confrontar constantemente los acontecimientos a los que se acercan con los criterios mediante los

---

<sup>8</sup> Existen dos tipos de rutinas de producción noticiosa. El primero se refiere a las rutinas de recopilación de información que llevan a cabo los reporteros en los diferentes ámbitos en que se encuentran sus fuentes informativas. El segundo tipo son las rutinas del tratamiento de la información, que se dividen en selección, jerarquización y presentación de las noticias. Cfr. María Elena Hernández, *La Producción Noticiosa*, Universidad de Guadalajara, 1995; Irene Agudelo Builes, "La influencia de las rutinas productivas en la construcción del acontecer nacional. El caso de *Siglo 21*, periódico de Guadalajara, México", en *Comunicación y Sociedad*, núm. 28, DECS, Universidad de Guadalajara, 1996; y Salvador De León, *op. cit.*, para documentar casos mexicanos.

cuales la empresa noticiosa valora y selecciona las noticias que finalmente publicará. Tales criterios han sido interiorizados en el transcurso del ejercicio de la profesión cada vez que un reporte les ha sido rechazado o publicado.

#### IDENTIFICACIÓN DE LOS VALORES NOTICIOSOS

Los estudiosos de la producción de noticias han tratado de organizar y categorizar los valores noticiosos que proceden de este complejo proceso. Por ejemplo, Gabriel González Molina<sup>9</sup> reconoce tres valores fundamentales que guían la construcción noticial en los radionoticieros de la ciudad de México.

González Molina identifica lo que llama "notoriedad de la fuente", es decir, la necesidad de que el sujeto de la noticia sea un representante institucional, por lo regular de una dependencia gubernamental, que debido a su posición social ofrece información oficial que es importante. Más que por los datos mismos que puede ofrecer, un funcionario adquiere notoriedad por el estatus social que su puesto le adjudica.

Por oposición, esto implica también que en la estructura social existen sujetos que no poseen esa notoriedad y que, por lo tanto, no tienen acceso a los medios noticiosos a pesar de que posean información valiosa con respecto a determinados procesos de la sociedad.

El segundo valor que resalta este autor es la "notoriedad del tema". Existen ciertos *ítems* que las organizaciones periodísticas han agendado porque se supone que son relevantes. Estos temas, de acuerdo con la teoría de la *Agenda Setting*,<sup>10</sup> proceden de la interacción de los actores

---

<sup>9</sup> Gabriel González Molina, *Valores noticiosos: la distribución desigual del acceso periodístico*, Avances de Investigación, núm. 3, Universidad de Colima, 1986.

<sup>10</sup> Para identificar los aspectos básicos de la teoría del *establecimiento de la agenda (agenda setting)*, puede revisarse a Mauro Wolf, *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y Perspectivas*, México. Instrumentos Paidós, 1987; y para atender la relación de la sociología del periodismo -de donde procede la categoría teórica de los valores noticiosos- y la agenda setting, puede consultarse a Cecilia Cervantes Barba, "La sociología de las noticias como vía para renovar la investigación en la línea de *Agenda-Setting*: revisión de interpretaciones" en *Comunicación y Sociedad*, núm. 36, DECS / Universidad de Guadalajara, México, 1999.

del espacio público, tales como los medios de comunicación, sus audiencias y otros participantes importantes como los políticos. En el curso de esa interacción se presentan temáticas que se vuelven relevantes para ser discutidas y pensadas; además, se hacen visibles a partir de su presencia en los medios noticiosos.

Finalmente, González Molina destaca la "geografía de las noticias", con lo cual se refiere al vínculo entre las narraciones periodísticas y el contexto de referencia. Así, entre más cercanos sean los informes al contexto del medio que los reporta, más probabilidades tienen de pasar los filtros de las rutinas de selección y jerarquización para ser publicados y convertirse de esta manera en noticias.

Herbert Gans<sup>11</sup> también identifica dos tipos de valores noticiosos: por una parte los valores "en" las noticias tales como su calidad de ser informaciones objetivas, veraces, exclusivas, es decir, aquellos que tienen que ver con la definición misma de la noticia; y por otra parte los valores "de" las noticias en donde el enfoque se da en las actividades que se reportan, los sujetos que aparecen, el entorno en que se generan. En este segundo tipo estarían ubicados los valores que González Molina analiza en la radio capitalina. Mientras que en el primero estarían los que Sigal<sup>12</sup> denomina "las convenciones para la elaboración de las noticias" (objetividad, exclusividad, etcétera).

Para abordarlos metodológicamente, Cervantes<sup>13</sup> ha elaborado un modelo analítico ubicando a los valores noticiosos en cuatro niveles: 1. individual o profesional (valores y creencias personales, roles profesionales, roles éticos, participación en la toma de decisiones, etc.); 2. rutinas de trabajo u organizacional (procesos y rutinas en la elaboración noticial); 3. institucional (relaciones con las fuentes, forma de propiedad de los medios

---

<sup>11</sup> Herbert Gans, *Deciding What's News. A study of CBS News, NBC Nightly News, Newsweek and Time*, Vintage Books, New York, 1980, p. 41.

<sup>12</sup> Leon V. Sigal, *Reporteros y funcionarios. La organización y las normas de la elaboración de noticias*, Ediciones Gernika (Colección Política y Comunicación), 1973, p. 88.

<sup>13</sup> Cecilia Cervantes Barba, "Valores noticiosos en el periodismo televisivo de nota roja. Búsqueda articulada de indicadores empíricos". En *Comunicación y Sociedad*, núm. 25-26, Guadalajara, DECS, Universidad de Guadalajara, México, 1995-96, pp. 98.

noticiosos, vinculación de la empresa periodística con otras organizaciones, fuerzas externas, etc.), y 4. ideológico (visiones del mundo, representaciones de la realidad, control social).

De forma más reciente, Hernández<sup>14</sup> retoma al quebecquense François Demers para señalar que los modelos periodísticos han transitado hacia el periodismo de marketing, en donde los procesos comerciales se ponen de realce, alterando incluso la idea misma de lo que la noticia es en función de los nuevos objetivos periodísticos a alcanzar. En este sentido McNair<sup>15</sup> propone que en la actualidad un nuevo valor noticioso es el denominado *infotainment*, palabra que se integra como un neologismo derivado de los términos ingleses *information* (información) y *entertainment* (entretenimiento), con lo que se pone de manifiesto un nuevo matiz que están cobrando los espacios informativos referido al entretenimiento a través de notas de interés humano (*soft news*), notas sensacionalistas acerca de la farándula y la política, e incluso hasta de cuestiones policíacas. Esto se manifiesta en el análisis de los noticiarios televisivos mexicanos realizado por Orozco y Medina, quienes concluyeron que:

Es posible inferir de los programas de noticias de la televisión abierta mexicana un doble criterio en su tratamiento noticioso. Por una parte, un creciente sensacionalismo informativo, que a su vez obedece a un criterio netamente mercantil, no informativo, por el que se busca conquistar la atención de las audiencias y mantenerla incólume a lo largo del noticiario, pero que [...] irremediablemente resulta en procurar, más que su información, su divertimento gratuito.<sup>16</sup>

## CONSTRUIR NOTICIAS, CONFRONTAR LA REALIDAD EN AGUASCALIENTES

En la actividad cotidiana de los periodistas lo que resalta es la necesidad de enfrentar ciertos acontecimientos y convertirlos en noticia. La

---

<sup>14</sup> María Elena Hernández, "La investigación sobre producción de noticias desde América Latina", en Orozco Gómez (coord.), *Lo viejo y lo nuevo. Investigar la comunicación en el siglo XXI*, Madrid, 2000, p. 162.

<sup>15</sup> Brian McNair, *Sociology of Journalism*, Arnold Publishers; co-published in USA by Oxford University Press Inc. London-New York, 1988, p. 121.

<sup>16</sup> Guillermo Orozco y Daniel Medina, "Súper temas noticiosos en la televisión mexicana. Análisis de la información en los noticiarios 24 Horas y Hechos", en *Comunicación y Sociedad*, núm. 37, DECS, Universidad de Guadalajara, 2000, p. 80.

manera en la que la empresa noticiosa distribuye a los periodistas en una red de fuentes informativas y los hace trabajar de manera rutinaria evita que den palos de ciego buscando sucesos que podrían ser noticiables. Pero además de ubicar a los reporteros en ámbitos noticiales institucionalmente legítimos para aportar información, los reporteros deben saber cuáles de todos los datos, informaciones, sucesos y procesos con los que tienen contacto pueden, efectivamente convertirse en noticias.

Esta segunda parte del artículo presenta resultados de un estudio que aborda los valores noticiosos por medio de los cuales los periodistas de prensa escrita de la ciudad de Aguascalientes confrontan la realidad para construir noticias.

### *Objetividad, noticias y realidad*

Los periodistas valoran demasiado el concepto de "objetividad". Asumen que los procesos a través de los cuales las noticias son construidas están permeados y mediados por actitudes que los acercan a la objetividad. Perder la objetividad en la construcción de los reportes informativos es ilegítimo.

No obstante en la actualidad el discurso periodístico hace parecer que la objetividad es inherente al ejercicio de la profesión. En realidad se trata de una construcción mercadológica ausente en el origen del periodismo y posibilitada posteriormente gracias a los avances tecnológicos, pues representa un elemento fundamental del cambio de la prensa de facción del siglo XIX a la prensa industrial e informativa del siglo XX. Esta última requería deshacerse de ideologías con la finalidad de llegar a un número cada vez mayor de consumidores (más que de lectores) una vez que las condiciones técnicas lo permitieron al aparecer el *offset*.<sup>17</sup> Teniendo esto como base es posible afirmar que la objetividad periodística no existe. De hecho, es parte de los postulados básicos de la sociología del periodismo, en la que se

---

<sup>17</sup> Cfr. Gaye Tuchman, *La producción de la noticia. Estudio sobre la construcción de la realidad*, México, Gustavo Gilli, 1983, p. 172.

sustenta este análisis, la confrontación con la metáfora del espejo<sup>18</sup> que implicaría que las noticias reflejan la realidad misma (objetividad), y en cambio se afirma que las noticias son una narración de la realidad, por lo tanto una construcción, como se explica al inicio del artículo. Esto es así porque fabricar noticias implica un proceso subjetivo: acercarse a un acontecimiento, interpretarlo (y aquí intervienen criterios que el periodista ha interiorizado de la organización a partir de las rutinas de la selección de la información noticiosa) y finalmente ponerlo en términos de un formato noticioso (estructura del triángulo invertido), que es artificial porque la realidad no se nos aparece de esa manera.

¿Por qué entonces la objetividad se ha posicionado como uno de los discursos principales del periodismo moderno? Este estudio permitió observar que, en la prensa de la ciudad de Aguascalientes, el discurso de la objetividad ofrece a los periodistas la posibilidad de no implicarse en las informaciones que reportan con la finalidad de evitar ser cuestionados en su credibilidad y, en consecuencia, evitar problemas judiciales, laborales o de otra índole, por difamación o libelo. En función de esto, los periodistas locales establecen una serie de estrategias para garantizar su "objetividad". Para analizar tales estrategias es necesario partir de tres aspectos: 1. la forma simbólica de la noticia expresada por el género periodístico; 2. el riesgo en el ejercicio de la profesión y 3. la definición de la noticia misma.

En primer lugar, el género periodístico es una forma simbólica de carácter lingüístico en la cual los reporteros deben presentar sus informaciones. La utilización del género periodístico tiene por lo menos dos implicaciones: el formato y el carácter lingüístico.

El formato bajo el cual la organización periodística exige a los reporteros presentar la información implica la evaluación y la jerarquización de los datos. Los reporteros deben tomar decisiones respecto a las condiciones bajo las cuales elaboran las noticias. La forma en la que se evalúan y jerarquizan los datos está definida por el concepto de "triángulo invertido". El reportero debe resignificar la información primaria

---

<sup>18</sup> Cfr. Cecilia Cervantes Barba, "Para superar la ruta de modelos, efectos y metáforas equívocas en la Sociología del Periodismo" en Orozco Gómez (coord.), *Lo viejo y lo nuevo. Investigar la comunicación en el siglo XXI*, Madrid, Ediciones de la Torre, 2000, p. 178.

con la que tuvo contacto para poder ofrecer una narración acerca de la realidad en formato noticioso. Los datos son mediados por la visión del mundo y de la realidad con la que operan el reportero y la organización noticiosa (el primero es determinado por la segunda).

Es el gran problema del periodismo. ¿Cómo es posible que un periodista enderece una crítica de un problema que desconoce? ¿Cómo es posible que un periodista que carezca de cultura pueda establecer cuál es el perfil de la noticia? Para poder establecer el perfil de la noticia necesitas tener una cultura, por lo menos una cultura general para establecer premisas y esas cosas, ¿no? Entonces sin cultura no va a haber un buen periodista, porque no va a tener un perfil informativo, no va a tener la intuición de la noticia, no va a saber enfocarla y menos aún desarrollarla.<sup>19</sup>

Es interesante observar en la referencia anterior como un miembro de la jefatura de un diario exige de los reporteros (por lo menos en el discurso, lo que podría significar de cierta manera una representación social) ciertos conocimientos con respecto a la realidad que él llama cultura general para que puedan tener un perfil informativo. Es decir, la empresa noticiosa exige a los reporteros una perspectiva con respecto al acontecer para poder elaborar noticias.

En lo que se refiere al carácter lingüístico, el reportero lleva a cabo un acto de interpretación cuando verbaliza su experiencia al redactar noticias. El reportero reinterpreta los acontecimientos desde estructuras determinadas en gran medida por la propia organización periodística, pero también por estructuras culturales complejas como es el caso del lenguaje.

Como el lenguaje es una actividad subjetiva que se forma en interacción con los demás y sólo en esa medida tiene sentido,<sup>20</sup>

---

<sup>19</sup> Entrevista con el jefe de redacción de un diario local.

<sup>20</sup> Al respecto hay discusiones y debates muy amplios que van desde los niveles epistemológicos y filosóficos hasta los metodológicos. Un ejemplo puede encontrarse en Paul Ricoeur, *Teoría de la interpretación. Discurso y excedente de sentido*, México, Siglo XXI Editores, 1995; o del mismo autor *Sí mismo como otro*, México, Siglo XXI Editores, 1996. Para el caso del sustento teórico-metodológico de la investigación que da origen a este artículo, la corriente conocida como *interaccionismo simbólico*, vinculada con la *fenomenología social*, permite fundamentar el estudio sociológico de la producción de noticias y señalar al lenguaje como un recurso discursivo que permite narrar y referirse a la realidad mediante consensos sociales como lo son las formas simbólicas que los géneros periodísticos representan.

entonces el reportero utiliza una estrategia para poder apelar a la objetividad: que lo diga otro. Por eso las noticias son declaraciones que otros sujetos (las fuentes informativas) dicen acerca de algo:

Por ejemplo el líder de colonos de las Siete Hermanas.<sup>21</sup> Yo lo conozco por casualidad y me parece bueno, un tipo que puede darte notas buenas de problemática social en zonas marginadas de Aguascalientes. Su opinión, ya como ciudadano, porque es un ciudadano común realmente, y bueno, aprovechar esa representatividad [que tiene]. Lo agarro como fuente y si me lo aceptan, pues lo voy a seguir explotando.<sup>22</sup>

Los reporteros necesitan de estas fuentes informativas para elaborar noticias, pues expresar el acontecer de propia voz es ilegítimo de acuerdo con los cánones y las convenciones del periodismo.

Por otro lado, para los periodistas la noticia es por definición objetiva. Esta característica define por oposición distintas formas expresivas del periodismo, es decir, distintos géneros periodísticos. De acuerdo con los periodistas, el género informativo "noticia" tiene como característica principal la de presentar información desprovista de juicio, mientras que los géneros interpretativos -artículos, reportajes, columnas, crónicas- sí permiten comentarios personales, aunque eso no significa que la noticia realmente no enjuicie la realidad que reporta. El simple hecho de jerarquizarla en el formato de triángulo invertido es ya un juicio. Sin embargo, los reporteros creen que al construir noticias se puede ser objetivo mediante el uso de ciertos recursos que podríamos identificar en al menos tres niveles:

El primer nivel es técnico y se refiere a la redacción. En este sentido, la objetividad puede ser definida por el uso de la cita textual, la no adjetivación de los acontecimientos y la conjugación de los verbos en tercera persona o impersonal. Los adjetivos en tanto que califican son expresiones que no caben dentro de los textos noticiosos. Con esto, se garantiza, en el nivel expresivo, la objetividad en las informaciones noticiosas.

---

<sup>21</sup> Conjunto de siete colonias populares ubicadas al oriente de la ciudad de Aguascalientes.

<sup>22</sup> Entrevista con reportera de un diario local.

El segundo nivel es el de la responsabilidad del discurso noticioso. La noticia está definida por la declaración de alguien con respecto a algún acontecimiento. En la medida en la que un reportero refiere fuentes informativas que opinen sobre algo en sus notas, un reportero ejerce su labor con objetividad. Asumirse como profesionalista objetivo tiene una connotación multifuncional, porque además de liberarse de la responsabilidad -social e incluso judicial en el caso de un problema jurídico- respecto a la información publicada, permite ganar la confianza de la fuente informativa y de otros actores en el proceso de la producción de noticias.

Esto nos enlaza con el tercer nivel a ser considerado en la definición de la objetividad y que tiene que ver con la honestidad, con la práctica de una ética o deontología en la cual el reportero está obligado -por reglas no escritas- a no traicionar el contrato tácito entre la fuente y el reportero.

A su vez, las bases deontológicas de la objetividad están fundadas en las estrategias de recopilación de información. Como el trabajo cotidiano de los reporteros está basado en la interacción con sus fuentes informativas de las cuales obtienen información, es parte de su obligación profesional mantener abiertos los canales por los que fluye ésta. Los discursos acerca de la objetividad le permiten las estrategias necesarias para hacerlo porque la equiparan a la *honestidad*.

La objetividad periodística, entonces, se puede definir como un conjunto de recursos que llevan a cabo los periodistas y los medios informativos para no implicarse, a través del propio discurso, de la responsabilidad que las mismas noticias significan para quien las enuncia. Se trata de un *ritual estratégico*.<sup>23</sup>

Cuenta muchísimo el que las fuentes confíen en ti, establezcan un vínculo de confianza contigo como reportero y sientan que no los vas a traicionar al momento

---

<sup>23</sup> Tuchman, "Objectivity as strategic ritual: an examination of newsmen's notion of objectivity", en *American Journal of Sociology*, 1972, citada por Gabriel González Molina, "Organización, burocracia y profesión: determinación institucional de las comunicaciones sociales", en Enrique Sánchez Ruiz (comp.), *La investigación de la comunicación en México, logros, retos y perspectivas*, México, Edicom/Universidad de Guadalajara, 1988, p. 223.

de escribir. Crean que tú, al momento de desarrollar una nota lo vas a hacer apegándote a los preceptos de la honestidad, a la lealtad que debe existir entre dos personas que establecen un vínculo informante-informador, entonces mientras tú no traicionas esos principios y mientras la gente confíe en ti, vas a tener información de mucha calidad, no te va a traicionar tu fuente porque tú no la estás traicionando, se van a hacer los lazos más profundos en cuanto que se va a estar publicando lo que la fuente te dijo realmente.<sup>24</sup>

### *La ideología en las noticias*

No obstante, la prensa moderna del siglo XX y su paradigma informativo motivado por la influencia de las entonces nuevas tecnologías de producción editorial, la ideología de los contenidos periodísticos, más que desaparecer, permaneció encubierta por el discurso noticioso y su referencia a la supuesta objetividad.

Se construyó una estructura ideológica subyacente fundada en supuestos consensuados por las comunidades de periodistas y las organizaciones noticiosas hasta convertirse en especie de representaciones sociales acerca de "lo correcto" al momento de producir noticias. Es así como surgieron las rutinas de producción noticiosa respecto a lo operativo y, sustentándolas, los valores noticiosos respecto al imaginario colectivo de lo que las noticias son.

En la prensa aguascalentense esa idea de "lo correcto" se manifiesta en ciertas estrategias según las cuales los periodistas identifican los acontecimientos noticiables: a) la notoriedad que detentan los representantes de las fuentes informativas en el contexto de la estructura social; b) la notoriedad que alcanzan ciertos temas que circulan por los medios noticiosos y que son destacados gracias a la interacción entre los periodistas y las fuentes informativas; y c) la proximidad de los acontecimientos noticiosos con respecto al contexto de referencia. Eso se debe a que "...de un universo potencial de hechos sociales, el discurso noticioso efectúa una distribución desigual de su espacio semántico: sólo un número reducido de actores, temas y geografías es presentado y legitimado como el acontecer cotidiano del sistema social".<sup>25</sup>

---

<sup>24</sup> Entrevista con reportera de un diario local.

<sup>25</sup> Gabriel González Molina, *op. cit.*, p. 220.

### A. Notoriedad de la fuente informativa

Para el periodismo aguascalentense la fuente que certifica la información recabada es el principal elemento que define la noticiabilidad de un reporte. El fundamento de la noticia se encuentra en lo que un representante de una burocracia legitimada socialmente dice acerca de algo. Se pueden señalar ciertas características que los reporteros en Aguascalientes reconocen en las fuentes informativas por lo que les otorgan notoriedad:

*Institucionalización.* El elemento más importante que hace noticiable a una fuente informativa es el grado de institucionalización que ha alcanzado. Si seguimos a Berger y Luckman,<sup>26</sup> la institucionalización implica control social e historicidad. Puesto que las prácticas sociales institucionalizadas han sido sometidas ya al control social, esto les concede una alta credibilidad con respecto a la generación de discursos acerca de los procesos de una sociedad. Es por eso que los periodistas en Aguascalientes privilegian la información ofrecida por burocracias altamente institucionalizadas como lo es el Estado, así como por otro tipo de burocracias a las que se ha considerado dar cobertura, como la Iglesia, los partidos políticos, las asociaciones gremiales, etc.

*Actualidad.* Los periodistas en Aguascalientes mantienen una recurrencia sobre ciertas fuentes a las que hay que reportar de acuerdo con la temporada (cobertura cíclica). Se trata de un consenso, una convención periodística mediante la cual los periodistas tratan de presentar reportes pertinentes de acuerdo con lo que la sociedad está viviendo. Por ejemplo, en épocas de lluvias o vientos, se da espacio noticioso a fuentes como Protección Civil, casi de manera automática. Lo mismo sucede con PROFECO en época navideña o durante los festejos de abril, el Congreso del Estado cuando se vota la cuenta pública, los partidos políticos en tiempos electorales, el sector salud en invierno cuando aumentan las enfermedades respiratorias o en verano cuando aumenta el riesgo de ciertos males como el cólera,

---

<sup>26</sup> Berger y Luckman, *La construcción social de la realidad*, Buenos Aires, Amorrortu, 1968, p. 77.

etc. Cada temporada está definida por distintos tipos de procesos: fenómenos meteorológicos, políticos, económicos, entre otros.

Nótese cómo la estrategia de acercarse a fuentes informativas altamente institucionalizadas como garantía para legitimar noticias verídicas y oficialmente validadas permite el ingreso de un discurso dominante en los medios informativos, y al mismo tiempo limita el acceso de discursos de voces alternativas o minoritarias. Y puesto que el discurso es el vehículo de la ideología, podemos dar cuenta de que una ideología oficial, burocratizada y dominante es la que está presente en las noticias que se producen en Aguascalientes.

Preferentemente siempre se busca a la gente representativa de un sector o el periódico ordena reportear con los titulares de las fuentes. Porque ya ves 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. Y el por qué sea, pues yo pienso que también obedece pues 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 ¿no?, o sea, la escala de valores, la jerarquización de las personas.<sup>27</sup>

## B. *Notoriedad del tema*

La razón por la que un tema alcanza notoriedad está fundada en que el reportero debe entregar notas acerca de "algo", certificadas por una fuente noticiosa. Por tal motivo, ese "algo" se constituye en un factor elemental de la noticiabilidad.

La organización noticiosa determina en gran medida la elección y tratamiento de los temas mediante la asignación de tareas y fuentes informativas a los reporteros. En el caso del periódico aguascalentense que fue analizado para este estudio, cada reportero tiene asignadas determinadas fuentes informativas, cada una de ellas, a su vez, tiene una especificidad propia que le permite al reportero abordar ciertos temas de una determinada manera.

---

<sup>27</sup> Entrevista con reportero de un diario local.

Hay notas de gran impacto, de medio impacto y de bajo impacto social. La nota de gran impacto social no tiene fronteras, no tiene límites de espacio. Las notas de medio impacto tienen un límite de una y media o dos cuartillas. Las notas de bajo impacto social pues tres o cuatro párrafos cuando mucho, que son notas de relleno, que son informativas pero que no tienen gran trascendencia social, que son acontecimientos diarios que se tienen que consignar. Por ejemplo, ¿tú crees que el director le va a construir espacio a la nota informativa de lo que pasó en el Congreso si hay o no presupuesto?, pues a todos nos afecta, ahorita todo el mundo está encabronado con el Congreso.<sup>28</sup>

### C. Proximidad

Además de las fuentes y el tema, los reporteros de las secciones locales de los medios periodísticos en Aguascalientes salen a buscar noticias con la encomienda de relatar el acontecer cercano. Las noticias que trascienden el ámbito de la región son consideradas secundarias y pasan a la sección nacional o internacional, y si son muy importantes entonces pueden tener una "llamada" en el cintillo superior de la primera plana de local, o en los *teaser* de los noticieros radiofónicos o televisivos, en donde también puede haber alguna alusión a informaciones de orden policiaco o deportivo de índole nacional o internacional.

Es claro, por lo menos para los reporteros de prensa escrita en Aguascalientes, que la primera plana de la sección local es el espacio informativo más importante con que los periódicos cuentan y es la que se presenta como portada ante el público lector. La información importante, y por lo tanto la más noticiable, se publica en la sección local.

Entonces si tienes la noticia de que en China hubo un terremoto que se murieron 70, 80, pero aquí a la vuelta hubo un accidente y se murió uno y era conocido, nos interesa más ésa. Claro que si en China se mueren 2000, pues ya, es mundial la nota. Si pasa lo mismo que en China, aquí en Guatemala, pues está más cerca, nos interesa más, o en Estados Unidos, tenemos muchos familiares viviendo ahí. En función de la distancia es el interés. Claro, en función también, el interés implica, pues, la forma en que afecta a la gente la noticia. O sea, el periodista tiene que ubicarse en su medio, la noticia que le interese al medio, que afecte al medio.<sup>29</sup>

---

<sup>28</sup> Entrevista con el jefe de redacción.

<sup>29</sup> Entrevista con el editor de la sección nacional e internacional de un diario local.

## *Cuando la realidad se torna exclusiva*

El uso de la información exclusiva cobra un sentido especial. En su cotidiana labor de producir noticias, los reporteros tienen que hacer contactos con sus fuentes y establecer citas para realizar entrevistas y recopilar información. Por lo tanto, es muy común que los reporteros tengan reuniones privadas con los funcionarios o representantes de las fuentes informativas, de donde obtienen información que los reporteros de otros medios noticiosos no tienen.

La exclusividad de la información es una exigencia organizacional que el periódico impone a los reporteros, y a su vez, los reporteros deben estar en condiciones de cumplir con esa exigencia. Tener información exclusiva que otros medios noticiosos no tienen le da la posibilidad a la organización de mantener información de reserva sin riesgo de que se "queme".<sup>30</sup> De esta manera, la información se puede publicar cuando se necesite, ya sea por cuestiones de espacio o de noticiabilidad.

*Exclusividad y noticiabilidad.* El hecho de que un reporte noticioso sea exclusivo, es decir, que se trate de información inédita y que nadie más conoce además del reportero que la obtuvo, no es garantía de noticiabilidad. Aún las notas exclusivas son sujetas a las rutinas de selección y jerarquización. Inclusive, como la noticiabilidad de un acontecimiento es resultado del consenso, se puede decir que uno de los criterios para otorgar noticiabilidad está en función de lo que otros dicen que es noticia. En este sentido es importante publicar lo que otros medios publican. La posibilidad de no publicar ciertos reportes en el momento y de usarlos después es un atributo de su exclusividad.

En consecuencia, las noticias "no exclusivas" son más noticiables en tanto que su publicación no puede esperar. Decir que la exclusividad es trascendida por la noticiabilidad no es más que confirmar la

---

<sup>30</sup> El uso de este término en el argot periodístico se refiere al hecho de guardar una información noticiosa para publicarla posteriormente, pero ocurre que otro medio de comunicación se adelanta y la publica, entonces la información ha sido "quemada" y ya no se puede utilizar. Es parte de las convenciones periodísticas que conforman los *valores noticiosos*.

definición de la noticia como un consenso. Eso no significa que ambos valores sean mutuamente excluyentes, sino que las noticias "no exclusivas" se encuentran más legitimadas como noticias publicables e inmediatas. Por otro lado, y contrario a lo que se estima comúnmente, gran parte de los reportes informativos con características de exclusivos, jamás llegan a convertirse en noticias, porque sencillamente no son publicados. Esto se debe a que no logran pasar los filtros organizacionales que representan las rutinas del tratamiento de la información caracterizados por la selección, jerarquización y presentación de las noticias.

*Exclusividad y competencia.* Los periodistas suelen expresarse de la exclusividad de la información en términos de la competencia con las demás empresas noticiosas. Al desplegar a sus reporteros en una red de fuentes informativas, la organización exige la cobertura de ciertos aspectos de la realidad. En esta cobertura, las reglas no escritas del periodismo fundadas en el celo profesional y en la competencia empresarial obligan a los reporteros a llevar a su sala de redacción por lo menos la misma información que sus colegas de otras empresas noticiosas, y de ser posible, algo más: sus notas exclusivas. Este tipo de información legitima el profesionalismo del periodista porque demuestra su manejo de la fuente informativa, lo que significa un valor agregado para el medio noticioso de frente a su público.

*Exclusividad y fuentes informativas.* Las fuentes informativas conocen lo atractivo que para un reportero resulta la información exclusiva y en esa relación simbiótica en la que se envuelven con el periodista les permiten ciertos datos, dosifican información, y en ocasiones les otorgan exclusivas que a final de cuentas benefician a los dos, tanto al reportero que demuestra su profesionalismo como a la fuente que da a conocer vía prensa algo que desea hacer público. A veces incluso con carácter extraoficial y anónimo. Las fuentes informativas no sólo otorgan información, sino que la facilitan o evitan.

## CONCLUSIONES

Los valores noticiosos identifican pautas del comportamiento social de las comunidades de periodistas y se fincan en modos legitimados socialmente de observar y reportar la realidad. Así pues, la "realidad",

a secas, se convierte en «realidad noticiosa», una vez que ha sido permeada por procedimientos rutinarios de recopilación y tratamiento de la información por parte de actores (los periodistas) que han interiorizado profundamente criterios organizacionales para abordarla, en donde la consideración de los valores noticiosos es fundamental.

Por realidad noticiosa o periodística me refiero no solamente a la que aparece reportada en los medios de comunicación como noticias o acontecer público, sino *a todo el conjunto de la producción noticiosa que involucra a periodistas, jefes y directivos de los medios, fuentes informativas (individuos u organizaciones) y otros actores que participan en el proceso de fabricar noticias, así como a las acciones y prácticas que realizan, y a partir de las cuales esas noticias adquieren sentido.* De tal manera, el adjetivo noticiosa o periodística respecto a la realidad es una etiqueta que se refiere a un contexto, mismo que para los actores que participan en el proceso constituye un esquema de interpretación por medio del que se forman una visión del mundo social.

Lejos de constituirse en reportes objetivos de la realidad, las noticias son verdaderas reconstrucciones de ésta a través de procesos sociales complejos basados en diversos aspectos como la institucionalización de las prácticas mediante consensos generados ante la necesidad de abatir la incertidumbre de definir lo que es noticia y lo que no lo es en el contexto del trabajo cotidiano del periodista.

Esta visión fenomenológica del trabajo de producir noticias es parte sustancial del análisis sociológico del periodismo. Hablar de la realidad en este sentido es una cuestión compleja. Implica la aceptación de ciertos postulados bajo los cuales se establece que la realidad es construida por parte de los actores sociales que participan en un determinado proceso. De tal manera, es doblemente complejo decir que las noticias publicadas en los diarios y en los medios noticiosos aguascalentenses son una reconstrucción de la realidad porque implica reconocer a estos reportes como narraciones acerca de la realidad consensuada y legitimada mediante los procesos que ya hemos analizado en los apartados anteriores.

Si las noticias son una reconstrucción de la realidad, vale preguntarse: ¿qué tipo de realidad construyen las noticias? Se puede decir que se trata de una realidad social determinada por procesos y actores sociales específicos. Los periodistas se enfrentan al trabajo

de narrar el acontecer, pero al analizar las prácticas que llevan a cabo para hacerlo queda claro que no todos los acontecimientos que presencian e incluso que reportan son noticiables, por lo tanto, no todos forman parte de la realidad que un medio noticioso expresa.

Para entender el tipo de realidad que los medios informativos reportan es necesario abordar las rutinas de producción noticiosa como aspectos sustanciales de la institucionalización de ciertos procesos y prácticas que terminan por conformarlas, de donde se desprende el uso de ciertos criterios que les otorgan sentido a tales procedimientos y que los investigadores de la producción noticiosa han organizado bajo el término genérico de *valores noticiosos*. Problematizar a la noticia como una reconstrucción social de la realidad necesariamente dirige la atención a entender qué tipo de acciones sociales constituidas en prácticas periodísticas llevan a cabo los informadores en la elaboración noticiosa a partir de las cuales la realidad, sea cual sea, puede ser significada, recopilada, procesada (seleccionada y jerarquizada) y, finalmente, publicada. La visión del mundo y las representaciones acerca de la realidad son el resultado de la rutina e institucionalización de las prácticas periodísticas al interior de la organización noticiosa.



