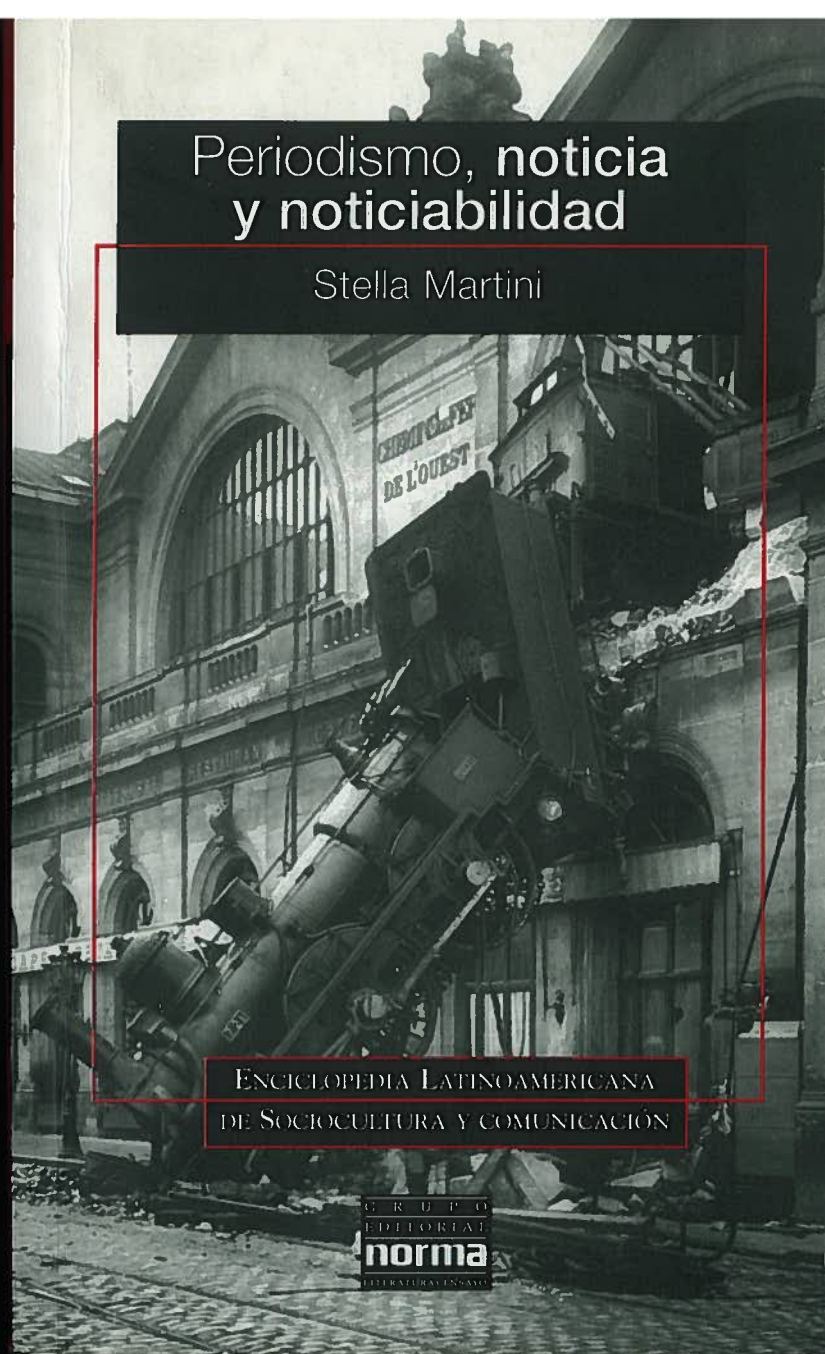


Periodismo, noticia y noticiabilidad

Stella Martini



ENCICLOPEDIA LATINOAMERICANA
DE SOCIOCULTURA Y COMUNICACIÓN

GRUPO
EDITORIAL
norma
LITERATURA Y ENSAYO

Enciclopedia Latinoamericana
de Sociocultura y Comunicación

PERIODISMO, NOTICIA Y NOTICIABILIDAD

Stella Martini

Grupo Editorial Norma

<http://www.norma.com>

Barcelona, Buenos Aires, Caracas, Guatemala, Lima, México, Panamá,
Quito, San José, San Juan, San Salvador, Bogotá, Santiago

Primera edición: agosto de 2000

©2000. Derechos reservados por

Grupo Editorial Norma

Apartado aéreo 53550, Bogotá

Diseño de tapa: Ariana Jenik

Fotografía de tapa: Lévy & Sons,
The accident at the Gare Montparnasse

Diagramación: Daniela Coduto

Impreso en Cargraphics S.A. - Impresión Digital

Printed in Colombia

Impresión: marzo de 2004

CC: 24801

ISBN: 958-04-6004-3

Prohibida la reproducción total o parcial por
cualquier medio sin permiso escrito de la editorial

Las fuentes permiten “la construcción de un espacio referencial percibido por el lector como **actual** (las fuentes están ahí y ‘hablan’) y, al mismo tiempo, como fuertemente **real** (los hechos han ocurrido de este modo porque el relato de las fuentes lo vuelve legítimo)” (Escudero, 1006: 99-100). Se puede desplazar al campo del periodismo una afirmación sobre la legitimación del discurso y de la tarea de los antropólogos que hace Geertz cuando atribuye a la autoridad etnográfica la capacidad de convencer al receptor “de que lo que dicen es resultado de haber... realmente ‘estado allí’ ” (1989: 14).

EL ESTUDIO DE LA NOTICIABILIDAD

Los estudios sobre el proceso productivo

Los estudios sobre la construcción de la noticia señalan el paso de las teorías centradas en el mensaje periodístico y en sus efectos sobre los públicos al de las investigaciones que colocan como *objeto el proceso de producción y la labor de los emisores*³¹. En la actualidad, el resultado de las investigaciones ofrece formulaciones teóricas en dos direcciones: la sociología de las profesiones, dedicada al análisis de los emisores en su inserción en la profesión y en su relación con la sociedad; y “los estudios que analizan la lógica de los procesos con la que se produce la comunicación de masas y el tipo de organización del trabajo en el que tiene lugar la ‘construcción’ de los mensajes” (Wolf, 1991: 204).

³¹ Si bien se trata de una propuesta de análisis de los procesos de producción de toda la comunicación de los medios, en la práctica las investigaciones se centraron mayoritariamente en la producción de las noticias, quizás porque la organización en rutinas diarias habilita prácticas reiteradas y cotidianas, que permiten la formalización; quizás porque como las primeras etapas de investigación sobre el trabajo periodístico son de matriz estadounidense, la relación información periodística/productores/público se constituyó tradicionalmente en objeto de interés para las ciencias sociales en ese país.

El estudio de los procesos productivos que hacen al pasaje del acontecimiento a la noticia incluye dos etapas, cronológicamente diferenciadas en las investigaciones: la primera centrada exclusivamente en la selección de la información, proceso que se denomina *gatekeeping* (cuidado del acceso), y la actual, que abarca el proceso productivo completo, identificada como *newsmaking* (construcción de la noticia).

Los primeros estudios basados en el *gatekeeping*

Hacia 1950, David White decidió aplicar al estudio de la práctica productiva periodística el concepto de *gatekeeping*, acuñado por Kurt Lewin en 1947 en el campo de la psicología. El concepto de *gatekeeping* (cuidado de la puerta o del acceso) investiga la manera irregular en que las informaciones circulan y se encuentran sometidas a instancias que las demoran o "traban" en algún punto de la cadena comunicacional, y la fluidez con que circulan luego aquellas que consiguen pasar la barrera. Estos lugares de demora o nudos que actúan como barrera y filtro en la circulación de la información serían los *gatekeepers* o porteros. En el campo del periodismo, White "utilizó el concepto para estudiar el desarrollo de la afluencia de noticias a los canales organizativos de los aparatos de información, y sobre todo para determinar los puntos que funcionan como 'porterías', que determinan si la información pasa o es descartada" (Wolf, 1991: 205). Primera etapa en los estudios sobre la producción de la noticia, la investigación sobre el *gatekeeping* se centró en la relación entre los contenidos publicados en los diarios y el proceso de filtrado de la

información. Estableció, básicamente, dos hipótesis: los acontecimientos no acceden a la categoría noticia porque no reúnen las condiciones para serlo (no tienen relevancia), y porque son más de lo mismo (son redundantes, ya hay o hubo otros similares). Con lo que se deduce que los criterios de noticiabilidad sobre los que se trabajó en esa etapa fueron la novedad y la importancia de un hecho, aunque muchas veces los editores y *gatekeepers* entrevistados aludían a problemas relativos a la disponibilidad de espacio para la publicación. Las investigaciones explicaron los resultados de la selección a partir de los efectos y la presión que la institución periodística imponía a sus empleados, y que se traducía en una *distorsión voluntaria de la información*.

La tarea del *gatekeeper*, evitar que se filtre la información indeseada (por la institución o por el poder), ha sido considerada una actividad que manipula y recorta la libertad de información. Si bien en una primera etapa las investigaciones incluyeron sólo a los individuos que cuidaban el acceso de la información, más adelante se trabajó sobre el sistema productivo en su conjunto, en su funcionamiento como *gatekeeper*, y se estableció que la tarea de selección es un "proceso jerárquicamente ordenado y vinculado a una extensa red de *feed back*" (Wolf, 1991: 206). Shoemaker explica que, en 1965, Gieber había criticado "los estudios sobre el *gatekeeper* que usan el nivel individual de análisis, sugiriendo que las decisiones de la tarea de *gatekeeping* están bajo la influencia no sólo de los valores del *gatekeeper* sino también de los valores de la sala de redacción y de la audiencia (niveles de las rutinas y social/institucional)" (1991: 32).

Sustentado en la sociología funcionalista, los trabajos se propusieron analizar la producción en los medios según las formas de control que reciben y las funciones de control social que ejercen.

El modelo de investigación centrado en la tarea de *gatekeeping* resulta incompleto y teóricamente esquemático (su focalización en las funciones), con todo, es necesario reconocer que aportó una perspectiva de análisis hasta el momento relegada, la de los productores, e instaló el concepto de selección axial para determinar el sentido de los procesos productivos de la noticia. Las investigaciones no explicaron todas las etapas y modos del proceso productivo, y no tuvieron en cuenta a la sociedad como caja de resonancia, en términos de intereses y expectativas, sino que identificaban como referente de la selección al grupo de trabajo, a las normas institucionales, y a las fuentes. Las críticas más fuertes que se hicieron a esta propuesta se sintetizan en la exclusión del resto de las fases del proceso de construcción de la noticia, que permitirían entender los "desvíos" de la información publicada y la relación de la noticia con la sociedad, y en la perspectiva científica, predominantemente funcionalista.

La construcción de la noticia o *newsmaking*

Las hipótesis de una distorsión consciente de la información resultó insuficiente para explicar todas las formas de producción de la noticia, y las investigaciones fueron planteando la viabilidad del pasaje al reconocimiento de que en todo trabajo periodístico se produce *además* una "distorsión involuntaria" directamente relacionada con lo que se denominan rutinas de producción y con

los valores e imaginarios periodísticos, que se comparten entre colegas y con las instituciones. Las noticias serían el producto de la selección y el control y de las formas de procesamiento que responden a "instrucciones" (más o menos explicitadas) de la empresa y a actitudes y valores consensuados o al menos aceptados (la distorsión consciente) y de la articulación de prejuicios, valores compartidos con el medio y con la sociedad, representaciones del propio trabajo y que están implícitos (la *distorsión inconsciente o involuntaria*).

Esta nueva etapa de las investigaciones, que recibe el nombre de estudios sobre el *newsmaking* o construcción de la noticia, permite avanzar en el estudio de las formas de producción de la noticia, suprime la simplificación de las explicaciones de una tarea compleja, y permite herramientas útiles para analizar la relación entre la imagen de la realidad social que construyen los medios, la organización y producción rutinaria de los aparatos periodísticos y los sentidos sociales.

La elaboración teórica que da cuenta del *newsmaking* es fruto de profundos trabajos de investigación etnográfica, con técnicas de observación participante, que incluyen la descripción, interpretación y sistematización de la tarea periodística en el interior de los propios medios y de los cuales se pueden mencionar entre muchos otros, los realizados por Schlesinger (1978) sobre la BBC de Londres, Gans (1979) sobre las revistas *Newsweek* y *Time*, y las cadenas televisivas CBS y NBC, ambos a fines de 1970, o Gomis (1991) sobre el diario *El País*, de Madrid, a fines de los años '80. Tales investigaciones han sido altamente significativas según Tuchman porque "estudiaron las organizaciones noticiosas como

instituciones complejas", se sustentaron en una focalización política y aportaron a "una cuestión epistemológicamente clave: cómo las empresas de noticias llegan a 'conocer' lo que 'conocen'" (1991: 84). Los estudios sobre el *newsmaking* parecen colaborar de un modo más eficiente (en términos epistemológicos y pragmáticos) al estudio de la noticia.

Las rutinas de producción

El trabajo periodístico se desarrolla en tiempo real. Su objeto, la construcción de la información de interés público, responde idealmente a la agenda de veinticuatro horas, que se relaciona con la agenda diaria de las actividades de la sociedad y permite la definición de la noticia como relato de lo que sucedió. A la presión del tiempo se une la complejidad de la propia práctica (búsqueda de la información, acceso y verificación de las fuentes, investigación y consultas de archivo, entrevistas y cobertura de acontecimientos ya planeados o imprevistos y que obligan a la presencia del periodista en el lugar de los hechos, y finalmente interpretación del conjunto de datos para redactar la noticia). Se trata de un trabajo cuyos tiempos resultan siempre insuficientes, y necesita por eso mismo una organización y una coordinación afinadas basadas en *prácticas rutinarias*, con la *flexibilidad* necesaria para ocuparse de sucesos extraordinarios, imprevisibles o extemporáneos. Al hablar de rutinas de producción no sólo se incluyen las formas organizativas del trabajo cotidiano, sino también una forma de pensar la realidad, una visión del mundo. Los acuerdos sobre ella (si los hay) favorecen la resolución de los problemas que plantea la producción de la noticia.

Esta naturalización de un discurso sobre el mundo se basa en un acuerdo o un consenso (real o aparente) acerca de la realidad, de los imaginarios sobre la sociedad y sobre el propio trabajo y de los valores, que hace a la selección y clasificación de la información y a las maneras en que se la interpreta y se construyen las agendas y las noticias. En el documental *Tinta roja*, sobre el trabajo de producción de la noticia en la sección "Policía" del diario porteño *Crónica*³², esta visión del mundo consensuada parece evidente, y se traduce en los comentarios de los periodistas cuando explican su labor. Todos ellos parecen sinceros al explicar, desde una perspectiva entre reformista y paternalista (también cínica y hasta resignada), el crimen pasional y la victimización sufrida por los sectores populares como efectos de la pobreza y la injusticia ("acá trabajamos los crímenes con cuchillo 'tramontina'", afirma una de las periodistas en alusión a un tipo de cuchillo de mesa común y barato, y para indicar que son los crímenes de la pobreza). Esta visión del mundo coincide con la contractual del diario que utiliza "la matriz simbólico-dramática" de la que habla Sunkel (1992: 73 y ss), donde los sectores populares

32 Realizado en 1998 por Carmen Guarini y Marcelo Céspedes (los referentes más importantes del cine documental en la Argentina en la actualidad, responsables también de *Hospital Borda: un llamado a la razón* o de *Jaime de Nevarés, último viaje*, y producido por Cine-Ojo, el film, en color y de 70 minutos de duración, acompaña, en una labor etnográfica acertada, la tarea de periodistas y editores de la sección durante varias semanas, y resulta un aporte fundamental para el estudio de la organización del trabajo en las redacciones periodísticas. La propuesta de estudiar *Crónica*, un diario de lectorado popular, sensacionalista y centrado en la construcción del escándalo, la catástrofe y el crimen, distingue aún más el trabajo realizado.

no aparecen representados desde el conflicto político y la lucha de clases, sino desde los espacios cotidianos en temas tradicionales de la cultura popular.

Incidencia del *gatekeeping* en la construcción de la noticia

Las investigaciones sobre la construcción de la noticia abarcan fundamentalmente las formas en que se organizan y se producen las noticias y su relación con la cultura profesional. Se puede concordar con Tuchman (1977) cuando plantea que, ante la enorme cantidad de acontecimientos que aparecen día a día, los medios tienen que poder trabajar de manera eficaz para lograr que las noticias construidas sean reconocidas como tales, reciban un tratamiento formal común a todas, y respondan a una planificación adecuada del trabajo.

Más allá de que los estudios sobre el *gatekeeping* tal como se plantearon originalmente hayan sido superados por hipótesis más completas de investigación, la tarea de selección de la información sigue siendo objeto de estudio, porque es una de las etapas primeras de lo que se denomina *newsmaking*, o construcción de las noticias. Por lo tanto, se considera que el *newsmaking* exige y articula dos instancias, la selección de la información, a través del reconocimiento de los valores que hacen noticiable a un acontecimiento, y su conexión con las fuentes, y la verificación, ampliación, contextualización e interpretación de esa información, es decir la forma en que esos valores que marcan el hecho elegido son procesados en la noticia. Se trata de instancias interconectadas: la clasificación y jerarquización que se hace del material publicable (o emitible) y las

modalidades de la enunciación que organizan la noticia como discurso están en directa relación con los criterios de noticiabilidad.

Se debe insistir en que ya no se trata de rastrear e identificar los lugares que funcionan como "cuellos de botella" en donde cierta información queda atascada y por tanto desechada de las agendas temáticas de un medio, sino de *distinguir en el conjunto de la tarea productiva los valores que hacen noticiable un acontecimiento y el significado que tales valores adquieren* (y el modo como aparecen rutinizados y naturalizados) en una sala de redacción, en interrelación con las expectativas y las series interpretativas de la sociedad y los estados de la opinión pública.

Shoemaker establece que todo estudio sobre la tarea de selección de la información debe atender a tres niveles (mínimos): el individual, que incluye "los valores y modelos de autoridad e influencia" que pesan sobre aquel que elige; el de las rutinas de trabajo, donde se estudian "los puntos de decisión y los estándares" que permiten observar, y el nivel organizacional-institucional extramediatario, que remite a la circulación del "flujo de noticias a través de las organizaciones" (1991: 33).

Al analizar a los *gatekeepers* individualmente, se deben considerar los aspectos cognitivos implicados (las formas por las que esos individuos evalúan e interpretan los mensajes); las conductas que traducen las decisiones prácticas (incluyen la aplicación consciente de reglas) y se relacionan con la cualidad de consumidor en que la situación coloca al *gatekeeper*. Debe decidir qué es noticia y qué no, pero en la decisión está "comprando" ciertos mensajes, para luego a su vez "venderlos" como

adecuados y confiables (Shoemaker, 1991: 39-40). En este nivel se consideran también las características personales, las concepciones del papel del periodista, competencias, sistemas de valores y experiencias. Las diferentes ideas acerca del papel del periodista en la sociedad plantean la posibilidad de que el *gatekeeper* se considere neutral con respecto a la información, y supuestamente recurra a los valores y reglas establecidos por el medio, y se aleje de su propia subjetividad, o a la posibilidad de que se involucre con la información para promoverla, cuando considere que un tema es relevante y poseedor de una carga fuerte de impacto sobre la sociedad. Las decisiones pueden favorecer la publicidad de un fenómeno que se insinúa como una tendencia, o de hechos que finalmente no tienen la relevancia planteada originalmente o incluso de hechos inventados total o parcialmente por las fuentes³³.

El nivel de análisis de las rutinas comunicacionales se ocupa de la organización en formas de trabajo instauradas y puestas en práctica habitualmente, como ya se señaló. "Comunes a todo tipo de organización laboral" (Shoemaker, 1991: 50), se distinguen por su operatividad y permiten una tipificación de las noticias que Tuchman organiza como noticias blandas, noticias duras, noticias breves, noticias que se desarrollan y noticias que se continúan (en Shoemaker, 1991: 50).

Con todo, los valores que se otorgan rutinariamente a los acontecimientos para su pasaje a la categoría de noticias se relacionan también con los juicios de otros medios y de otros periodistas.

33 Sobre este aspecto, cfr. Colombo: 1997; Gomis: 1991.

En el nivel de las instituciones extramediativas se analizan los valores y creencias sustentados por el conjunto de instituciones de la sociedad y por la opinión pública en general. Se consideran tanto la valorización como el poder de las fuentes, las expectativas de los públicos, y las presiones de las lógicas del mercado, gobierno, instituciones y otros medios de comunicación.

La descripción de los estadios implícitos en el estudio de la construcción de la noticia y en las tareas de *gatekeeping* permite verificar que los criterios de noticiabilidad estructuran la selección y la construcción de las noticias, las agendas y hasta las tapas de los diarios o los avances informativos en la televisión, y las modalidades en que se ofrece la noticia.

En un medio, la tarea de *gatekeeper* es compartida por varios y diversos individuos: desde el conjunto que la organización de la tarea establece para tal fin, a cargo de la mayor parte de ese trabajo, y los editores de las diferentes secciones que deciden de entre el conjunto que el medio pone a su disposición, hasta los periodistas que, de manera individual, buscan o proponen o favorecen la inclusión de un tema o un hecho como noticiable, por fuera de las rutinas de selección establecidas, y hasta las fuentes. Estas se constituyen en los primeros *gatekeepers*, ya que al decidir qué quieren que se haga público y qué no, y en el caso de las agencias, al enviar la información en crudo, están haciendo una selección previa de los acontecimientos. Por eso mismo, entre las rutinas de selección de los materiales noticiables la función de la negociación está casi siempre presente.

La etapa y la tarea de selección de la información ha estado siempre en cuestión, y se ha constituido en el

centro de las disputas sobre la manipulación de la información. Desde perspectivas ideológicas diferentes, se ha planteado tanto que el periodista tiene que, como "abogado" de la sociedad, pelear por imponer los temas y problemas que señalan los desequilibrios y las raíces de los conflictos sociales, como moverse según su grado de profesionalidad, que incluiría la capacidad de ser "objetivo"³⁴.

Los criterios de noticiabilidad

El objeto de estudio central lo constituyen los *criterios de noticiabilidad*, de cuya aplicación resulta que miles de acontecimientos pasan a ser cientos de noticias. En la práctica, los criterios de noticiabilidad permiten al periodismo identificar la densidad significativa de los acontecimientos.

El pasaje de la categoría acontecimiento a la categoría noticia es el resultado de un trabajo en producción cuyo primer paso consiste en la aplicación discrecional de los criterios de noticiabilidad establecidos por el medio. Tales criterios tienen su anclaje en la cultura de la sociedad y se relacionan con los sistemas clasificatorios y las agendas temáticas habituales del medio, se encuadran en la política editorial sustentada, y remiten a una concepción determinada de la práctica profesional.

Los criterios que hacen un hecho noticiable suelen ofrecer matices de una sociedad a otra, e incluso, parcialmente, de un medio a otro. No se trata de un proceso rígidamente establecido, hay, como ya se señaló, márgenes

34 Un desarrollo más amplio de estos aspectos en juego en la labor periodística se pueden consultar en McQuail: 1998; Rosen: 1997; Rodrigo Alsina: 1996; Tuchman: 1980; Morin: 1975).

de flexibilidad que permiten el reajuste, relacionados con la naturaleza negociada de los procesos de información, tanto desde los emisores como desde los receptores. Aunque se acepte que en un medio simplemente se aplican reglas prácticas, implícitas en la rutina del trabajo periodístico, hay que reconocer que esas reglas refieren a valores que se adjudican a los hechos, y que se discuten en el medio en el momento de fijar la agenda y las maneras en que la información va a ser construida. Según Lalinde Posada, "la noticiabilidad como tal no responde a patrones rígidos sino que es fruto de una negociación..." (1991: 134). Se trata de una negociación que implica varios niveles y en la que operan las *relaciones entre el medio, los periodistas y la opinión pública*. Si bien los criterios que hacen a la noticiabilidad de un acontecimiento pueden estar sujetos a desacuerdo en un principio, el medio tiene que poder organizar de manera tal sus rutinas productivas como para que las diferencias puedan ser salvadas con rapidez³⁵.

Los *criterios de noticiabilidad* constituyen un conjunto de *condiciones y valores* que se atribuyen a los acontecimientos, que tienen que ver con órdenes diversos. Es necesario insistir una vez más en el hecho de que los criterios de noticiabilidad no son meros enunciados teóricos sino *formulaciones pragmáticas, modalidades organizativas del trabajo cotidiano*. Por eso mismo tienen que ser claros y distintos, útiles en el proceso de producción corriente y en los momentos críticos, cuando aparecen

35 La noticiabilidad es una consecuencia de las formas en que un medio organiza y planifica su trabajo para que sea económico, eficaz y pueda atender a la acción de brindar información diariamente a los públicos.

acontecimientos extraordinarios o en situaciones de conmoción pública, cuya publicidad no puede eludir los plazos habituales. Colombo refiere un dato que proviene de una "nota pegada en la pared, entre los avisos y las notas de redacción de un telediario de la ABC-TV: 'homicidio, arma blanca, arma de fuego, agresión con palo o armas anormales, estrangulamiento, suicidio'...", como "lista de prioridades" (Colombo, 1997: 182), que son criterios prácticos para seleccionar entre la información sobre muertes y crímenes.

Para la elaboración de estos criterios, los medios evalúan el valor de la noticia como *información práctica*, como *impacto emocional* y como *formadora de la opinión pública*. Estos rasgos apuntan a la concepción de la noticia como un servicio público, que construye los datos que necesita la sociedad en su vida cotidiana; a la conmoción y también a la empatía entre la construcción periodística y el público, que hace a la noticia más cercana y creíble, y al papel jerarquizador de los medios en relación con los asuntos públicos.

Un hecho se vuelve noticia por el efecto y su función social, entendiendo por efecto las huellas que dejan las noticias, en comentarios, conversaciones y debate y en la producción de otros hechos, y como función social, por el valor de la información sobre la vida de los individuos. Por eso, el hecho que repercute más es más noticia, lo mismo que el hecho que repercute en más hechos también lo es.

Los valores-noticia resumen criterios que actúan relacionados, algunos se aplican de modo general a todo tipo de información y otros son propios de secciones determinadas o áreas temáticas específicas. Su aplicación

afecta el nivel de las *agendas temáticas*³⁶ de los medios y también el nivel de las *agendas atributivas*³⁷. No remiten sólo a qué es más noticia sino también a cómo se enfatizan aspectos del hecho atendiendo a los valores de los que está investido. Un hecho calificado como relevante por su incidencia en la vida nacional probablemente sea tapa de los diarios, tenga varias páginas de cobertura, se desagregue en notas centrales y recuadros y hasta infografías, y se retome como tema en la sección de opinión o en las columnas editoriales.

Tal como señala Wolf, los valores-noticia "actúan difusamente, hasta transformarse en criterios de relevancia aplicados implícitamente por los mismos lectores" (1991: 223).

De naturaleza dinámica, como no podría ser de otra forma, los criterios de noticiabilidad varían en el tiempo y según las transformaciones socioculturales (McQuail: 1998; Sohr: 1998; Wolf: 1991; Rodrigo Alsina: 1996; Gans: 1980).

Identificación de los criterios habituales de noticiabilidad

Es posible organizar y clasificar los criterios de noticiabilidad según variables diferentes, que se con-

³⁶ Las agendas temáticas incluyen los problemas o temas que un medio considera relevantes y que se renuevan en una relación más o menos directa según lo hacen las agendas de la sociedad. Las agendas de los medios suelen demorar la inclusión de algunos temas cuya jerarquía no aparece clara en términos de efectos sociales.

³⁷ Son las que incluyen las cualidades o atributos con que habitualmente un medio caracteriza los temas, personajes o tipos de acontecimientos. Constituyen el *cómo* de la información que un medio construye.

ciben como valores, atribuidas a los acontecimientos. Los *valores-noticia*, "componentes de la noticiabilidad" (Wolf, 1991: 222) de un acontecimiento, son las cualidades significativas que construyen su *relevancia*. La relevancia opera en el conjunto de periodistas de un medio, en el medio como empresa y en la sociedad. Las noticias carecen de valor "si no se ocupan de los temas significativos de la actualidad y de lo que realmente sucede", por eso la relevancia se constituye en "el término clave para evaluar la calidad de la *selección* de las noticias" (McQuail, 1998: 291). El punto de partida para la investigación es cómo se verifica la relevancia de un hecho.

La cuestión de la relevancia o cualidades de noticiabilidad que operan en el pasaje del acontecimiento a la noticia exige formas de verificación de su adecuación a las necesidades de información de una sociedad, independientemente del trabajo de verificación y corrección realizado en el mismo medio³⁸.

38 McQuail plantea la necesidad de fuentes independientes para la evaluación de los criterios de noticiabilidad, función que puede ser abordada por "una autoridad o norma externa absoluta" (1998: 292), representada por un juicio experto, que puede con todo plantear el problema de la parcialidad ideológica; o por la imagen de la realidad que ofrecen las estadísticas (suelen tomarse como indicadores de verdad sobre la sociedad), y que si bien como criterio de contrastación y verificación parecen brindar mayores certezas, "en la práctica hay demasiada realidad que 'reflejar'", no toda ella reducida a datos estadísticos; "lo que le interesa a la audiencia parece ser el significado de la relevancia más prometedor desde el punto de vista empírico y el más cercano al sentido común y a las realidades de lo que la noticia es como forma de conocimiento, significado que también se aproxima a la opinión de la mayoría de los periodistas" (1998: 293). Sin embargo, la afirmación de McQuail presenta algunos problemas relativos a la dificultad de una constatación fiable del significado que el público otorga a la noticiabilidad, y que puede

Un acontecimiento es noticia por su *valor informativo*, que incluye importancia y gravedad de lo que se informa, y si concierne a una parte notable de la población en un margen de tiempo corto o largo, pero de modo profundo, ya que la noticia establece un lazo con un sector amplio de la población que se siente implicado o afectado, identificado o interesado. En este sentido la noticia puede referirse tanto a grandes colectivos sociales (nación, conjunto de naciones, regiones), como a personajes representativos o jeraquizados por diversas razones, o a individuos comunes³⁹.

Para sistematizar los diferentes criterios que operan en la noticiabilidad se puede recurrir a dos variables básicas, el *efecto* del acontecimiento sobre la sociedad y sobre otros medios en términos de transformaciones, y la *cualidad* del acontecimiento en términos de trabajo periodístico y de percepción por los sujetos sociales.

Según los efectos que un acontecimiento puede tener sobre la sociedad, los valores-noticia más importantes son:

- novedad
- originalidad, imprevisibilidad e ineditismo

redundar en el significado que los periodistas creen que el público construiría. En todo caso, el grado de incorporación en las agendas públicas de temas planteados como relevantes por los medios y las diferentes maneras en que se revela el estado de la opinión pública permitirían aceptar, con estas salvedades, la importancia de la evaluación de la sociedad.

39 El *Nuevo manual de redacción* de la *Folha de Sao Paulo* dice que los criterios elementales para definir la importancia de la noticia son: ineditismo, improbabilidad, interés, atracción, empatía, con lo que concentra desde una perspectiva editorial las diferentes formas de atraer e interesar al lector.

- evolución futura de los acontecimientos
- importancia y gravedad
- proximidad geográfica del hecho a la sociedad
- magnitud por la cantidad de personas o lugares implicados
- jerarquía de los personajes implicados
- inclusión de desplazamientos

La *novedad* es la marca que define la noticia porque es "*índice de la variación en el sistema*", que implica la existencia del hecho como ruptura (Rodrigo Alsina, 1996: 98). La calidad de novedoso parece no necesitar aclaración, sin embargo como gran parte de las noticias que son tapa diariamente en los diarios constituyen series (se continúan durante varios días o semanas, porque tematizan problemas graves o abiertos, que requieren de un desarrollo, producen otros hechos conexos, como son los casos de medidas de gobierno, delitos, juicios o catástrofes naturales) cada día la serie debe ser alimentada con información nueva, si no desaparece como tal. Estas noticias sobre temas serializados deben marcar un cambio con respecto a la noticia anterior⁴⁰.

La *originalidad*, la *imprevisibilidad* y el *ineditismo* fuerzan la marca de novedad de un hecho, permiten su

⁴⁰ En 1999, un accidente de aviación inusual ocupó las primeras planas de los medios: en el Aeroparque de la Ciudad de Buenos Aires, un avión de cabotaje se despistó, atravesó la avenida Costanera y luego de chocar contra una construcción, se incendió, con lo que la mayoría del pasaje y la tripulación resultó muerta. Luego de los primeros días de información, la serie parecía agotada para los medios, pero el hecho original era tan novedoso, imprevisible, y con serias y graves incidencias sobre la seguridad de la sociedad y el control a cargo de las instituciones privadas y públicas que no podía desaparecer muy rápidamente de las agendas mediáticas. Como en tantos otros

énfasis, apelan a la *curiosidad* que pueda despertar, y a la inquietud que provoca. Un hecho original es más noticia porque es más novedad. Los hechos imprevisibles operan con fuerza en los imaginarios sociales, propician el surgimiento de significaciones asociadas a la inseguridad y la amenaza. Las explosiones, las catástrofes, los desastres, los golpes de Estado y los crímenes son altamente noticiables, constituyen el término imprevisto de procesos inesperados y representan la alarma en la sociedad (son una amenaza a la estabilidad). Suponen la irrupción de lo desconocido en los medios: se traducen en noticias que circulan rápidamente y movilizan a la sociedad. Los acontecimientos marcados por la imprevisibilidad no desaparecen fácilmente de las agendas mediáticas, la conmoción que provocan probablemente se resuelva en nuevos acontecimientos (como medidas para paliar la situación o para corregirla) que se constituyen en serie, y la información periodística puede permitir una cierta sensación de tranquilidad ya que posibilita que el público reorganice la percepción de la realidad y sus actividades habituales.

La *evolución futura de los acontecimientos* marca la significatividad que el acontecimiento adquiere respecto de las expectativas en la sociedad, ya sea que se trate

casos en que las agendas de los medios deben correr junto a las agendas de la sociedad, una vez agotadas las fuentes legítimas de información, se recurrió al "armado" de notas a partir de fuentes secundarias. Se tematizaron desde las opiniones y sentimientos de los familiares de las víctimas, los sobrevivientes, los que se salvaron porque decidieron no volar a último momento, los que trabajaron en el salvataje de los sobrevivientes, y en la actualidad el hecho vuelve a las agendas de los medios cuando se producen novedades pertinentes (avances en la investigación de las causas del accidente).

de un hecho que debe resolverse, o que tenga un desarrollo secuencial (se esperan las consecuencias posibles), para lo cual se constituye en una serie que se relaciona con otros hechos-noticia que se seguirán (característico de catástrofes, conflictos sociales agudos, corrupción, juicios públicos o crímenes espectaculares) y cuyas derivaciones pueden ser imprevistas, difíciles de prever o simplemente previsibles.

La posibilidad de permitir la evolución futura de la información se relaciona también con la base de la práctica periodística: una noticia es más noticia si se puede seguir construyendo información a partir de ella durante varios días. Y no sólo porque permite el despliegue sobre diversas zonas del campo de la realidad, sino también porque facilita el trabajo sobre un tema ya tratado, es un acontecimiento conocido, para cuyo acceso se ha establecido un conjunto determinado de fuentes y una manera de encararlo.

En el mismo sentido, se puede pensar en la incidencia que un acontecimiento tiene sobre las agendas públicas, ya sean éstas locales, o sectoriales, sobre las agendas nacionales o internacionales, y sobre otras agendas conectadas con el tema.

El grado de importancia y de gravedad de un acontecimiento se mide en varios niveles, y el central es la incidencia sobre la vida de la sociedad, en términos presentes o futuros, y en términos relativos de conmoción. Aquí se incluyen las formas de articulación con el impacto sobre la nación y sobre el interés nacional, o sobre el interés local. Las noticias nacionales pesan más que las internacionales (en principio), a menos que las internacionales refieran a hechos que comprometen la nación

(guerras, embargos, catástrofes ecológicas, amenazas globales). Las locales son más relevantes que las nacionales cuando afectan a un gran número de personas, y tienen consecuencias sobre el futuro de una comunidad (elecciones a intendente, impuesto local, incremento del delito, epidemias). Si bien últimamente ha ido aumentando la preferencia por la información local, resultado probable de un estado de crisis que obliga a preocuparse por lo inmediato y cercano, y que presenta los problemas macroestructurales como distantes y en los que la participación resulta difícil, siempre la noticia local ha resultado más interesante para el público porque construye el sentido de su cotidianidad⁴¹.

Se trata de un valor que se explicita a través de otros valores como la cantidad y la jerarquía de las personas implicadas en el hecho, la proximidad de ocurrencia, y las consecuencias implicadas.

La proximidad geográfica de un acontecimiento se conecta con los centros de interés del público. Cuanto más cerca del público ocurre el hecho, más noticiable resulta: la cercanía instala lo siniestro (un crimen ocurrido a dos cuadras de la casa de un individuo le causa un impacto más grande que otro ocurrido en una localidad distante), y dice que el peligro está al acecho en el terreno conocido y transitado habitualmente. La proximidad se enlaza con el efecto sobre lo local y, en el caso de la información televisiva, las imágenes golpean por el reconocimiento posible. Este valor se asocia con

⁴¹ La importancia sobre la vida sectorial o nacional es uno de los valores fundamentales para establecer la noticiabilidad de un acontecimiento, porque tiene que ver con el sentido que la información construida adquiere en la sociedad.

la cantidad de las personas implicadas. Por eso se suele decir que un accidente con una víctima fatal en la propia ciudad es más noticia que otro con cien víctimas a miles de kilómetros, el reverso, para que sea noticia un suceso ocurrido remotamente la cantidad de víctimas o de personas afectadas debe ser grande.

La magnitud por la cantidad de personas o lugares implicados se conecta con la potencial implicación del público al que la noticia va dirigida, e implica su gravedad (en términos cualitativos propios del hecho y en términos de los efectos sobre la sociedad, la nación, etc.). Un hecho es más noticia si afecta a muchas personas o ámbitos geográficos (por los efectos de una medida económica, la noticia es más relevante si da cuenta de un nuevo impuesto que afecta a toda la población, o un accidente es más noticiable si produce un elevado número de víctimas fatales). El modelo de diario popular sensacionalista se maneja habitualmente con el grado de noticiabilidad que remite a la cantidad de personas implicadas y la proximidad geográfica del acontecimiento, con lo que ratifica un contrato en términos de cercanía.

La jerarquía de los personajes implicados en un acontecimiento apela a las apariciones o la presencia pública de personajes conocidos que son siempre noticia. Ellos significan la presencia del comentario en la información, porque entra en juego la popularidad, garantía de la repercusión de la aparición. Pero también adquieren valor de noticiabilidad los hechos protagonizados por personajes comunes, que pueden referir a colectivos o grupos cercanos al interés o la simpatía del público. Así sucede con hechos con la participación de niños, ancianos, o grupos de voluntarios, por ejemplo. Muchas

veces, algunos personajes comunes adquieren publicidad y se instalan como nuevos actores en el espacio público: se trata por lo general de hechos que provocan un sentimiento de empatía con los personajes o las situaciones implicadas, o que irrumpen con el dato grave e imprevisible, o que permiten al periodista la nota de interés humano o de color.

La inclusión de desplazamientos resulta significativa, tanto si son conjuntos de personas (una manifestación, una procesión religiosa) o individuos públicos reconocidos (viajes de un presidente o de un artista famoso). Se trata de movimientos o agrupaciones significativas, cambios de lugar o de posición, y trayectorias que permiten efectos diversos sobre la sociedad (Gomis: 1991). Son útiles para la práctica periodística porque son hechos anunciados, previstos, con una organización detrás, y resultan más fácilmente abordables, y son muy adecuados para la televisión, por su carácter visible, notorio y espectacular. Presentan las ventajas que se prolongan en el tiempo, y permiten la instalación de series (no muy extensas), provocan resultados casi inmediatos, forman parte de las rutinas informativas y de lo que podría llamarse la "normalidad informativa"⁴².

Según las cualidades que el acontecimiento presenta en relación con los procesos productivos, los criterios más importantes son:

⁴² Aunque en los desplazamientos de seres desconocidos pueden suceder accidentes y conflictos, los desplazamientos suelen pesar en "la balanza del rito previsto y sonriente, son con frecuencias buenas noticias convencionalmente aceptadas, sumas de personajes y símbolos, presencias previstas de la fiesta en las páginas y las pantallas" (Gomis, 1991: 139).

La comprensión e inteligibilidad de un acontecimiento impiden la confusión. Cuando un hecho no es comprensible, el periodismo suele descartarlo o esperar a la obtención de mayor información a través de fuentes alternativas. Un acontecimiento comprensible por lo general permite mostrar resultados, Gomis (1991) agrega que los resultados constituyen el rasgo ideal de una noticia, porque de esta manera, un hecho se define como tal, es público y tiene repercusiones en el futuro. Este tipo de hechos dan respetabilidad a los diarios, y corresponden a los modelos informativo-interpretativo de la prensa gráfica (algo que puede ser informado de manera clara y comprensible).

La credibilidad construye un dato confiable, mientras que un hecho de escasa credibilidad enfrenta al periodismo a la posibilidad de violar sus normas tácitas de concisión y brevedad, ya que lo obliga a realizar complejas operaciones de explicitación y legitimación. Explica Sohr que "la credibilidad de una noticia a menudo está más ligada a la fuente que la emite que a la verosimilitud del acontecimiento" (1998: 89), por lo que un suceso poco verosímil puede legitimarse si la fuente goza de reconocimiento público.

La brevedad se relaciona con las cualidades anotadas antes, y consiste en la posibilidad de construir una noticia en pocas líneas o al menos de manera directa.

La periodicidad facilita la labor periodística. Como se señaló en un capítulo anterior, los hechos que son habituales y tienen una aparición periódica en los medios son más fáciles de construir y también de interpretar por el público que los consume. Se inscriben en una serie o en una agenda que no necesita mayor explicitación,

se puede apelar a los conocimientos supuestos, y permite recurrir a interpretaciones de especialistas o de figuras públicas, en suma, posibilitan una cobertura sustentada en lo conocido y dominada por la función del periodista como denunciante de una serie de hechos o como consejero de la población⁴³.

La periodicidad permite formular series acumulativas o noticias cíclicas, y en un extremo de este tipo de construcciones encuentran su anclaje las denominadas "leyendas urbanas", que son "narraciones de hechos a los que falta tanto una fuente como una verificación, pero que son muy ricas en detalles" y se sitúan cerca de series de acontecimientos que preocupan, apasionan y se comprueban, y que instalan creencias a cuyo alrededor "se forman vastas oleadas de pánico colectivo, denuncias, procesos..." (Colombo, 1997: 196-197)⁴⁴.

43 Esta frecuencia de aparición de un tema favorece sin embargo la instalación de series recortadas, que incluyen acontecimientos de fuerte impacto en la sociedad, y que no se corresponden adecuadamente con la realidad (hace unos años, en la ciudad de Buenos Aires hubo varios casos de personas arrolladas por automovilistas imprudentes que no se detuvieron a socorrer a sus víctimas, y a partir de los cuales los diarios y la televisión armaron una serie que se proponía como tendencia novedosa y que pretendía una conducta nueva y aberrante en ciertos conductores de automóviles, y desconocía el alto grado de accidentes de tránsito que ocurren habitualmente en el país).

44 Colombo responsabiliza al periodismo por su supuesta incapacidad por trabajar en este tipo de creencias que de ser investigadas y sometidas a la verificación permitirían tanto aclarar su origen como desterrar de la sociedad, toda vez que, frente a este tipo de relatos, muchas veces se construyen noticias (favorecidas por la calidad de dramatismo que presentan) y que luego se abandonan "porque la nada que está detrás no constituye noticia" (1997: 195).

La *exclusividad* o la primicia es uno de los grandes desafíos del periodismo, no sólo permite el éxito que significa la captura de la novedad antes que otros lo hagan, sino que implica la capacidad para contactar fuentes legítimas y privilegiadas y para leer de manera productiva los hechos en la realidad. Cuando un acontecimiento que fue comunicado como primicia exclusiva de un medio se instala en la agenda de todos los medios, obtiene su reconocimiento, ese medio lo usa para promocionarse públicamente, y validar su trabajo habitual.

La *noticia como resultado de una ideología de la información* refiere, según Wolf, a una concepción de la información entendida como lo más novedoso, pero también lo más conmocionante y terrible. El criterio implica que para un medio "son noticiables en primer lugar los acontecimientos que constituyen y representan una infracción, una desviación, una ruptura del habitual curso de las cosas" (1991: 253) y que hace que lo más negativo sea más noticia. Remite al dicho de que las malas noticias son las buenas noticias (*bad news is good news*), porque permiten la construcción en términos de color o de sensacionalismo.

A modo de síntesis, es necesario recordar que estos valores suelen funcionar en conjunto, y que no todos ellos son imprescindibles para que un acontecimiento se transforme en noticia. Ciertos acontecimientos, como algunos actos de gobierno reúnen los valores fundamentales de noticiabilidad y no necesitan ni siquiera pasar (en las mismas salas de redacción) por la etapa de selección de manera explícita: el reconocimiento de que deben ser publicados facilita el trabajo periodístico, la selección está implícita en las rutinas de trabajo

(son novedad, tienen valor informativo, afectan a la sociedad en su conjunto e incluyen a personajes jerarquizados públicamente), en todo caso se elige dónde ubicarlos y cómo presentarlos, para los cual también se acude a los valores-noticia que representan.

La validación interna de la selección

Los periodistas consideran que su labor es acertada si coinciden en su selección de los hechos con la selección realizada por otros medios: si varios medios marcan un hecho como noticia, hay acierto, el hecho tiene la jerarquía noticiosa adjudicada. Tienden también a pensar que han acertado si los hechos que se transformaron en noticia repercuten en otros hechos, tienen continuidad en una serie noticiosa o en otras noticias como opiniones. En pocas palabras, una noticia que aparece en más medios es más noticia que aquella que aparece sólo en uno, salvo en el caso de una noticia exclusiva, una primicia. Y cuanto más coincidan los medios en la selección de la misma información, mayor será su efecto sobre la opinión pública (Gomis: 1991).

En síntesis, un medio acierta cuando publica una noticia que será publicada en el día por otro medio; cuando destaca una noticia que será comentada y destacada por otros medios; o cuando destaca una noticia que se convertirá en serie. Y se equivoca cuando destaca una noticia que no será comentada ni siquiera por ese mismo medio; cuando destaca una noticia que no tendrá consecuencias; cuando omite una noticia que será comentada por otros y se instala como serie.

El alcance de la noticiabilidad

El estudio de los procesos de producción de las noticias pone en escena la organización interna del trabajo de los medios. El énfasis con que el periodismo destaca los valores-noticia, la inclusión en la tapa, titulares grandes, recuadros o infografías, en el caso de la prensa gráfica, o los avances que interrumpen un programa, los gestos y la acentuación que utiliza el presentador de las noticias en la televisión o la música que anticipa la primicia o la catástrofe, permiten la legitimación del proceso de selección y construcción del discurso periodístico. El periodista y el medio metacomunican a su público su capacidad de reconocer lo que es importante y de interés, lo que alcanza relevancia para la sociedad, y su competencia para ponerlo a su disposición.

Con todo, no permite dirimir la cuestión de por qué y cómo desaparecen las noticias del espacio de los medios. Hay dos grandes tipos de noticias, las que informan puntualmente de un hecho y su función social se agota en el mismo acto de la comunicación, y las que se instituyen a modo de serie y se publican durante un cierto tiempo y luego desaparecen. Las primeras pueden ser inicio de serie pero su sentido como relato de hechos no depende de esa serialización, aun cuando se abra a posibles y eventuales futuras noticias. La noticia sobre el resultado de elecciones para formar un gobierno se cierra en el mismo cierre de la noticia, no instala un suspenso, aunque quede abierta a las consecuencias futuras y permita muchos hechos conexos al acto electoral. Las segundas, en cambio, hablan de un acontecimiento que necesita de más noticias sucesivas para obtener un sentido completo, para que la historia

tenga su cierre. Se incluyen en este orden las noticias sobre crímenes, conflictos sociales, ciertos actos de gobierno o interpelaciones judiciales que en algún momento desaparecen del espacio mediático, y por tanto casi seguramente de la realidad social, sin que se haya llegado a la etapa de resolución o explicación definitiva. Nunca se sabe si el caso (el misterio) se resolvió o no, por eso son historias que quedan truncas y fragmentan el conocimiento y la percepción del mundo de lo real. A partir de la afirmación de que "no todas las muertes son 'naturales'", Colombo advierte sobre los riesgos de una práctica que ofrece tantas noticias "suspendidas" o "mutiladas" como "cíclicas" (aquellas que reaparecen cada tanto en los medios y que son abordadas como un hecho nuevo, nunca antes acaecido) (1997: 81) y que pierden así su carga de sentido que les posibilita la adscripción a una serie.

Posiblemente, se puedan usar los criterios que hacen a la noticiabilidad de un hecho para entender en una primera instancia que las noticias muertas tematizaban problemas o casos cuyo interés había bajado notoriamente ya que no se producían nuevos hechos articuladores. Con todo, trabajar exclusivamente desde la perspectiva de la originalidad y la conmoción lleva a descuidar los procesos de cognición de los públicos y su necesidad de articular con sentido los datos sobre la realidad social. Las historias que no se cierran no cierran en el sentido de los individuos, instalan la sensación de una realidad atravesada por la fragmentación y la inconsistencia. Pero fundamentalmente colaboran a la naturalización de una participación reducida e incompleta de la ciudadanía en los asuntos de interés público.

El trabajo periodístico elabora datos, información bajo el formato de noticias, y es justamente la calidad de noticia la que permite establecer el circuito de comunicación con y entre la sociedad. A partir de este reconocimiento, la construcción de las noticias debería considerarse un trabajo sobre los valores y los significados marcado por la cohesión y la coherencia.

CAPÍTULO 5 MODALIDADES DISCURSIVAS DE LA NOTICIA

La noticia, construcción de la realidad

La noticia periodística es una construcción de la realidad (Verón, 1981), que "existe en función de que la comunicación permite disponer de un mecanismo de relación (de interacción) entre los individuos" (Saperas, 1987: 148). Esta definición se constituye en punto de partida del análisis discursivo de la noticia, y desarma la hipótesis de la objetividad periodística⁴⁵. Si "los periodistas tienen un rol socialmente legitimado e institucionalizado para construir la realidad social como realidad política y socialmente relevante" (Rodrigo Alsina, 1996: 30), es natural que realicen operaciones para reafirmarlo.

La definición de la noticia como construcción de la realidad social implica que la comunicación no es un

⁴⁵ Desde una concepción de la noticia como reflejo de la realidad, la campaña por la objetividad periodística encuentra en la televisión, que presenta la cámara como el ojo "imparcial" abierto al mundo, un ilusorio anclaje de legitimidad. En todo caso, el periodismo en su tarea de construcción de la información debe partir de una operación de distanciamiento u objetivación de los hechos, para despegarse de sus valoraciones subjetivas y que la versión de los hechos resulte lo menos prejuiciosa posible.