

LA AMPLIACIÓN DE LA AGENDA INFORMATIVA Y EL ACCESO DE “TEMAS MENORES” EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Por Patricia Alzate Jaramillo

Profesora Asistente

Escuela de Comunicación Social

Facultad de Artes Integradas

Universidad del Valle

Cali, Colombia

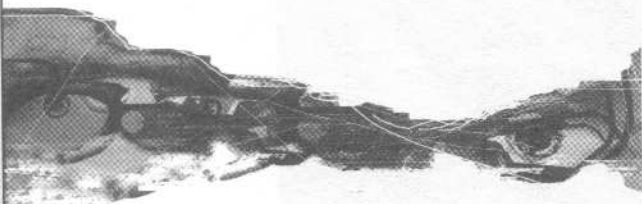
palzate@univalle.edu.co

RESUMEN: Este texto pretende analizar el modo como algunos medios de comunicación locales y centrales han incorporado en sus agendas informativas a sectores más amplios de ciudadanos que difieren aparentemente de los criterios de noticiabilidad tradicionales. Aborda, en ese sentido, tendencias como la casuística y los periodismos público, de soluciones y ciudadano. Se refiere también a experiencias periodísticas que realizan eventos especiales en los que cobra importancia la vida social de sectores barriales y/o periféricos, representada desde facetas positivas y de denuncia. Finalmente se pregunta por la incidencia de estas recientes tendencias en las organizaciones informativas, específicamente en sus periodistas.

PALABRAS CLAVE: Periodismo, Agendas periodísticas, Ideologías profesionales

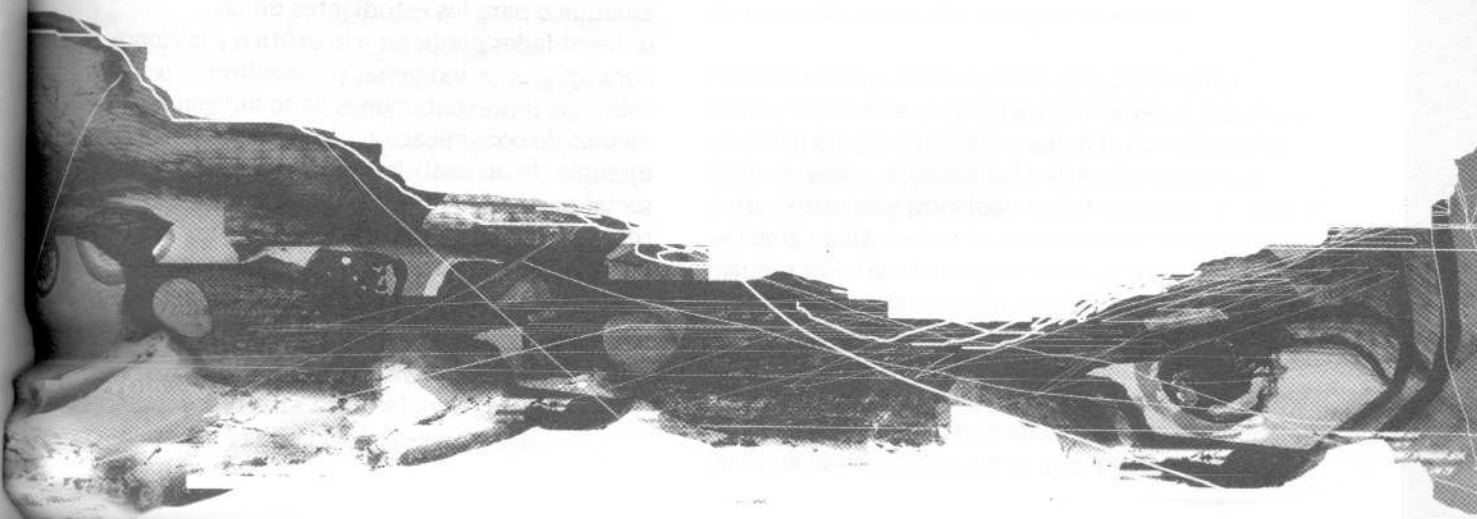
Los medios masivos de comunicación no pueden evitar las preferencias al escoger a los actores a quienes se les concede la palabra. Esto se explica tanto por sus históricas dependencias económicas e ideológicas como por la interiorización por parte de sus periodistas de una serie de criterios que definen la selección y composición del *collage* noticioso cotidiano. Quienes, de hecho, tienen un indiscutible derecho de entrada a ese universo de la realidad social puesto en vitrina a través de ellos, son aquellos actores - fuentes de información en sentido más estricto- que, por el principio de autoridad que representan o por el origen social del que provienen, no sólo están autorizados a hablar públicamente sino, hasta cierto punto, presionados a hacerlo, independientemente de que lo dicho sea o no significativo. La mirada sospechosa que con frecuencia se cierne sobre los medios tiene que ver justamente con el privilegio dado a los temas y fuentes ligados al poder, en detrimento de otros que resultan excluidos de ese criterio rector de selección de información¹.

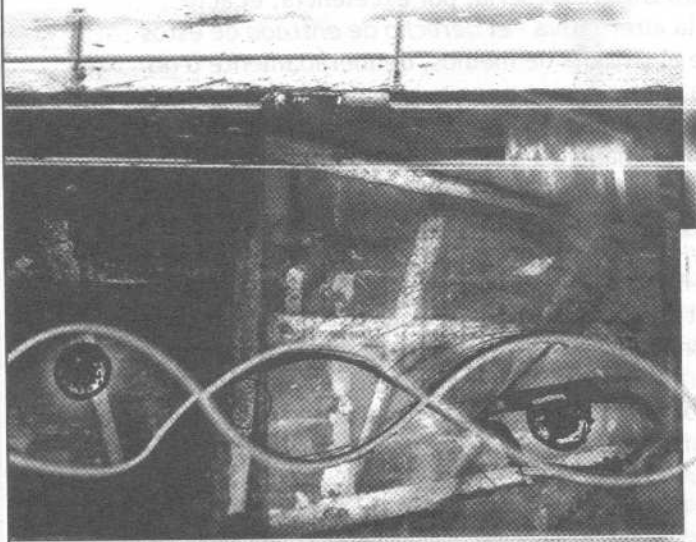
Al otro extremo de aquellos que, *a priori*, tienen acceso permanente a la agenda de los medios, se encuentra un universo complejo y diverso de actores sociales con un acceso mucho más restringido y ajustado - de modo más vertical- a determinadas convenciones de noticiabilidad y de tratamiento textual. El abanico de sectores sociales al que nos referimos es amplio y diverso. Se trata de grupos y sujetos que, por razones históricas, por convicción o por ausencia de otras alternativas, están al margen de los grandes circuitos económicos, sociales y culturales; muchos de ellos sujetos anónimos - hombres y mujeres, de distintas edades y ocupaciones - que sin estar por fuera de lo que es aceptado institucionalmente, hacen parte de un vasto conglomerado social que tiende a diluirse en generalizaciones como las de *la gente común y corriente* o *la gente de a pie*; otros, en cambio, integrantes del submundo de *lo otro*, de lo marginal, de lo extraño, de lo que raya o pasa los bordes de lo aceptado socialmente. Las minorías étnicas, sexuales, religiosas, organizaciones sociales, poblaciones vulnerables, en condiciones de pobreza, etc., hacen parte de esta gama amplia de actores sociales.



Si en el caso de los sectores con mayor visibilidad el criterio principal de selección es la jerarquía de los personajes implicados, en el segundo lo que importa es la novedad del evento referido, lo que éste tiene de imprevisible y de ruptura con el pálido transcurso de la normalidad. En el primero se enfatiza en los eventos programados, en lo predecible, en lo rutinario; en el segundo, la trasgresión es la norma. Y el acto trasgresor sería, por excelencia, el acto violento; éste se constituye en la alternativa - el *derecho de entrada* de estos otros sectores - para imponerse al sistema de medios, deliberadamente o no, como parte de su agenda diaria. Una revisión poco exhaustiva de las fotografías de primera página en los periódicos puede ayudarnos a ilustrar lo anterior: por el lado de las figuras con acceso permanente a los medios, abundan las imágenes que registran la realización de eventos oficiales; aparecen entonces hombres y mujeres elegantemente vestidos, estrechones de mano, micrófonos, mesas de reuniones, banderas y escudos de fondo. Del otro lado, priman las imágenes que capturan lo que en el argot periodístico suele llamarse *el sentido de oportunidad noticiosa*², en el que la cámara fotográfica fija en una imagen aquello que impacta y rompe con lo estable; en este caso lo relevante puede ser la destrucción, el desastre natural, el accidente trágico, el rictus de sufrimiento: el reportero gráfico sucumbe ante ello y, como nos lo dice Furio Colombo, "... debe detener la mirada en el punto en que la integridad física y la dignidad de alguien es violada..."³.

En el plano textual, Patrick Charaudeau nos advierte sobre tres tendencias en el modo como estos sectores son representados en los medios de comunicación⁴. En primer lugar, se refiere a su aparición como *víctimas* que padecen las consecuencias de eventos trágicos, ya sea producto de avatares tecnológicos (v.g. desastres aéreos), de la naturaleza (inundaciones, terremotos, deslizamientos de tierra, etc.) o de acciones provocadas deliberadamente o no por seres humanos (guerras, conflictos sociales, maltratos, imprudencia, etc.). Se trata en estos casos de un sujeto que, como nos dice este autor, "... sólo se vuelve interesante si sufre, víctima de una injusticia social, una desgracia que le envía el destino". En segundo lugar, menciona la presencia de los *testigos*, cuya función se centra en dar un testimonio - en muchos casos la nota de "color" - sobre hechos novedosos vistos o vividos en carne propia, y que contribuyen a darle forma al encuadramiento que el medio hace de dicho evento: "*seres sin rostro, individuos sin personalidad, sin emociones, sin opiniones, sin otra identidad que la de su rol de testigo*", es decir, el de dar cuenta de lo que experimentó, vio o escuchó.





Por último, como reivindicadores de diversas causas y malestares a través, la mayoría de las veces, de actos de fuerza que pretenden llamar la atención pública sobre problemas no resueltos por medio de los canales regulares, o sobre los cuales se hacen enérgicas manifestaciones de rechazo. En algunos casos, se trata de lo que Ugo Volli denomina *factoides* - "un hecho que parece un hecho y no lo es"⁵-: pseudoseventos producidos con la única finalidad de llamar la atención a través de los medios. No obstante, con la utilización del acto violento o trasgresor por parte distintos sectores sociales como un mecanismo para llamar la atención de los medios y, en consecuencia, de las instituciones responsables de resolver sus demandas y necesidades, se corre el riesgo de que se generen estereotipos que señalan y estigmatizan aún más a dichos sectores: "Esa ventaja material momentánea (la de visibilizarse a través de los medios) se paga muy caro en el plano simbólico", dice Patrick Champagne a propósito del tratamiento periodístico dado a las protestas en las *banlieus* de algunas ciudades francesas, en las cuales el énfasis en lo extraordinario, en el revoltijo y en la coyuntura superan la búsqueda de las causas que provocan los conflictos y terminan imponiéndose como criterios básicos en la construcción del discurso periodístico⁶.

Evidentemente, estas tendencias no pueden analizarse por separado ni son las únicas posibles. Según las características específicas de cada una de las poblaciones y temas, hay una propensión al reforzamiento de estereotipos que, a modo de sinécdoque, caracterizan por uno de sus elementos al conjunto social representado: lo delincuencial y al margen de la ley para los habitantes de sectores pobres y/o periféricos; lo desestabilizante y anárquico para los estudiantes de las universidades públicas; y lo exótico y folclórico para los grupos indígenas (el monitoreo realizado sobre las representaciones de lo indígenas en los medios de comunicación colombianos es un buen ejemplo de un análisis a propósito de un grupo social particular⁷). De ahí que si bien en la representación mediática funcionan unos criterios generales de selección y combinación, cada porción del mundo social tiene cualidades propias que exigen análisis mucho más específicos.



ALGUNAS TENDENCIAS EN LA AMPLIACIÓN DE LAS AGENDAS

Las selecciones que los medios de comunicación hacen de los temas y personajes más importantes en las vísperas de un nuevo año, se constituyen en un sugestivo corpus que ejemplifica cómo los criterios de noticiabilidad se ajustan fundamentalmente al patrón expuesto al inicio de este texto. En una emisión especial de fin de año, uno de los canales privados de televisión seleccionó los eventos nacionales más importantes del 2005 en Colombia⁸. El *Top 10* de menor a mayor importancia - y presentado en este mismo orden - fue el siguiente: 10) Maltrato infantil; 9) Fusiones económicas entre bancos colombianos y extranjeros, y el TLC; 8) El exilio del periodista Daniel Coronell y las amenazas del ex senador Carlos Náder; 7) La encarcelación de Alberto Santofimio Botero; 6) Crisis del Partido Liberal Colombiano; 5) Proceso de desmovilización de las AUC, y crisis del DAS; 4) Tragedias aéreas y el declive de la empresa *West Caribbean*, y una nota sobre el hombre en silla de ruedas que quiso secuestrar un avión; 3) Crisis diplomática Colombia- Venezuela; 2) Tragedias a causa del invierno, y una nota sobre el intercambio humanitario; 1) Reelección presidencial.

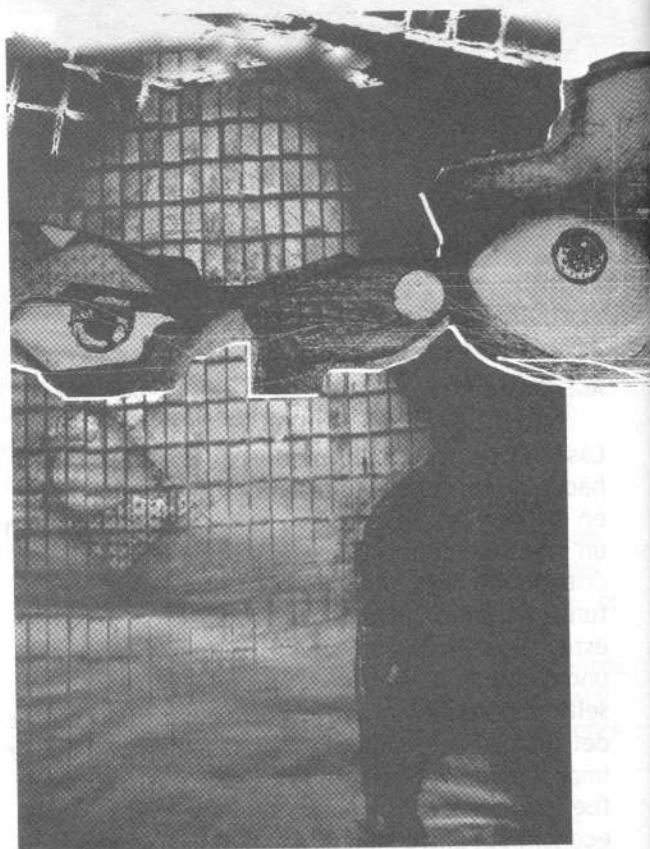
Podemos notar cómo en esta selección, al menos siete de los temas incluidos, involucran a personajes y entidades de un alto reconocimiento social - políticos, empresarios y funcionarios públicos-. Sólo tres de ellos abordan temas en los que se manifiesta la presencia de esos otros sectores de la población que no pertenecen a las esferas del poder y que, retomando a Charaudeau, adquieren notoriedad a raíz de sus roles de *víctimas* y *testigos* - del maltrato infantil, de las tragedias aéreas, de los desastres naturales y el invierno- y de *reivindicadores* - en este caso el hombre minusválido que a través de un acto de fuerza (toma de un avión) pretendía reclamar la indemnización que el Estado aún no le había dado-.

A propósito de estos últimos temas, temas menores frente a las grandes agendas, el del maltrato infantil llama de modo particular la atención: el tratamiento dado a la nota muestra cómo en el 2005 se dispararon las cifras de maltrato y abandono de niños; el segmento informativo fue construido a través de *la sumatoria de casos* en los que con un acento fuertemente emotivo se hacía énfasis en los niños como víctimas y en sus padres u otros adultos como victimarios: un niño de seis años que muere a causa de los golpes de su padre, un bebé asesinado por un hombre como retaliación por una deuda de 20 mil pesos, un niño que muere en un enfrentamiento guerrillero, niños abandonados en cajeros automáticos, etc. La nota mostraba imágenes con las secuelas de los maltratos: vendas, quemaduras, laceraciones, cicatrices, ataúdes; los testimonios de algunos de los padres agresores: "*yo no creía que se fuera a quemar*", "*yo lo golpeé, pero no lo maltraté*"; y puestas en escena que recreaban algunas de las situaciones descritas: un coche abandonado en medio de un andén y una mano que acerca el rostro de una niña a una olla de agua hirviendo.

Pero al lado del fuerte efecto que producía la yuxtaposición de esta serie de imágenes, aparecía un texto en *off* en el que - además de reiterar lo visto en ellas- se llamaba la atención sobre los costos sociales y psicológicos del maltrato infantil y se hacía un llamado a la necesidad de responder de manera efectiva e integral a situaciones como las presentadas. Esa mixtura entre un discurso visual y verbal que apela a las sensaciones y emotividad del espectador y un discurso verbal que llama a la reflexión y a la racionalidad, puede entenderse como parte del auge que en el discurso periodístico ha tomado la casuística, en la que mediante el

aglutinamiento y/o serialización de dramas particulares se quiere llamar la atención para "provocar una masa mayor de discusión pública y de persistencia en los medios"⁹ de temas sociales que eran de competencia exclusiva de determinadas instituciones privadas o públicas y de ciertos sectores sociales. Esa intencionalidad del medio de generar una especie de reflexión en sus audiencias a propósito del maltrato infantil empezó por el hecho de haberlo seleccionado en la agenda de los diez temas más importantes del 2005, en la que la ubicación en el último lugar en la jerarquización fue compensada con el primer lugar en el orden de aparición.

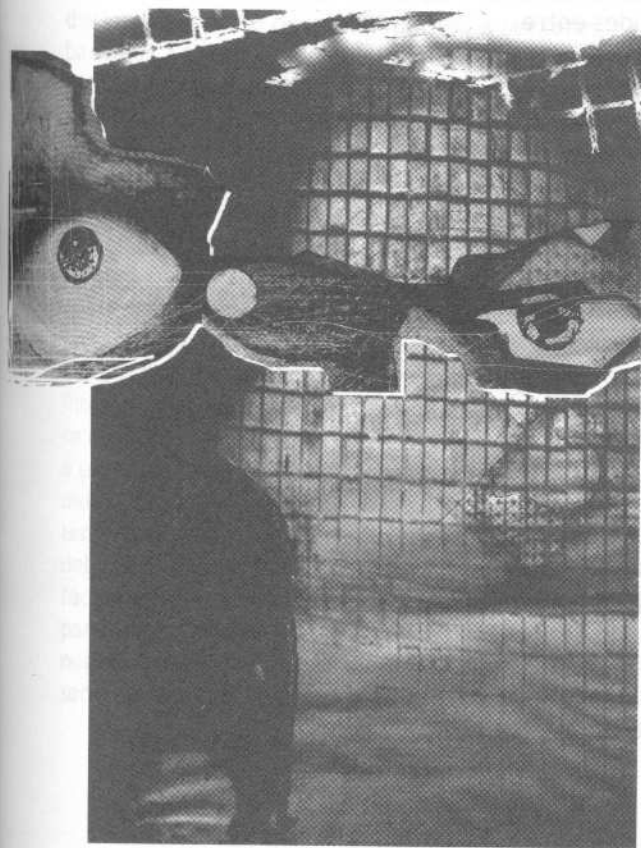
Es claro que en el tratamiento visual dado a esta nota persisten los estereotipos planteados por Charaudeau sobre el modo como actores excluidos de los círculos del poder aparecen en los medios, y que el tono moralizante y persuasivo del texto en *off* simplifica el problema a un asunto de víctimas indefensas y de victimarios que deben ser sancionados. Sin embargo, debe prestarse atención al hecho de que un tema social con enormes implicaciones en el bienestar presente y futuro de los menores ingrese, al lado de los grandes temas y figuras ya institucionalizadas, a las agendas mediáticas. Y el de los niños no es un caso aislado: ¿Por qué temas ligados a las etnias, los jóvenes marginales, minorías sexuales, derechos sexuales y reproductivos de las mujeres, entre otros, empiezan a tomar progresivamente más presencia en medios de comunicación masivos? En primera instancia esta decisión puede entenderse desde lo que Stella Martini denomina "las nuevas tendencias sociales en las agendas de los medios", que se refieren al paulatino auge de distintas problemáticas que no pueden ser ajenas a los medios de comunicación (desempleo, pobreza, seguridad, ecología, calidad de vida, etc.) y cuya lectura de parte de los medios, dice Martini, "depende de la capacidad del periodismo para interpretar la diversidad de acontecimientos que se producen en el mundo y la aceleración de las transformaciones"¹⁰. Se trata de temas que hacen parte, igualmente, de las agendas de instituciones internacionales y nacionales, de distintas organizaciones sociales, e incluso del ámbito académico, en las que la idea del debilitamiento de la trama social se constituye en elemento prioritario de ejecución de políticas de intervención social: ONG's, fundaciones, entidades oficiales, instituciones universitarias, centros de investigación, entre otros, se han



encargado de realizar tareas desde distintos enfoques; y un elemento fundamental en buena parte de estos proyectos es el esfuerzo por establecer vínculos con los medios de comunicación, ya sea para la visibilización de estos temas o para la revisión de los tratamientos reduccionistas y/o estereotipados que éstos reciben.

Además de esas transformaciones y demandas que provienen de la sociedad y que ha significado la emergencia de otros referentes ciudadanos en los medios, deben tenerse en cuenta las transformaciones de las mismas organizaciones informativas en torno a sus públicos: del *ciudadano* ilustrado que ejerce su derecho al debate público (finales siglo XIX, periodismo ideológico), se ha pasado al de *consumidor* de medios de información de actualidad (principios y mediados del siglo XX, periodismo informativo); y, por último, al de usuario de información como fuente de entretenimiento y de toma de decisiones sobre sus mundos particulares (periodismo contemporáneo o, en términos de Julián González, *periodismo complejo*)¹¹. Esas transformaciones en los modos como se conciben desde los medios sus receptores ha dado lugar, por una parte, a la creación de formatos y contenidos especializados (ecología, tecnología, salud, turismo, etc.); pero, por otra parte, ha generado una serie de experiencias que ha abierto la interlocución entre medios y ciudadanos (defensorías del lector, consejos de prensa, ligas de televidentes) o que ha generado que estos últimos se constituyan en productores de información (v.g. canales comunitarios).

Al lado de la propensión casuística como una estrategia de visibilización de temas y personajes con poco reconocimiento público pero que encarnan problemas sociales de gran interés, han surgido otras directrices desde los medios masivos que buscan la apertura de las agendas mediáticas a otros actores sociales. Tendencias como las del periodismo cívico, el periodismo de soluciones y el periodismo ciudadano buscan, justamente, establecer concepciones que superen las más ortodoxas respecto a los ciudadanos, como las que plantea Charaudeau. En el primer caso, en los orígenes del periodismo público, iniciado en los años 80 en Estados Unidos en diarios de alcance local, se planteaba la idea de establecer una relación más cercana entre medios y audiencias, bajo la idea de que estas últimas - compuestas por

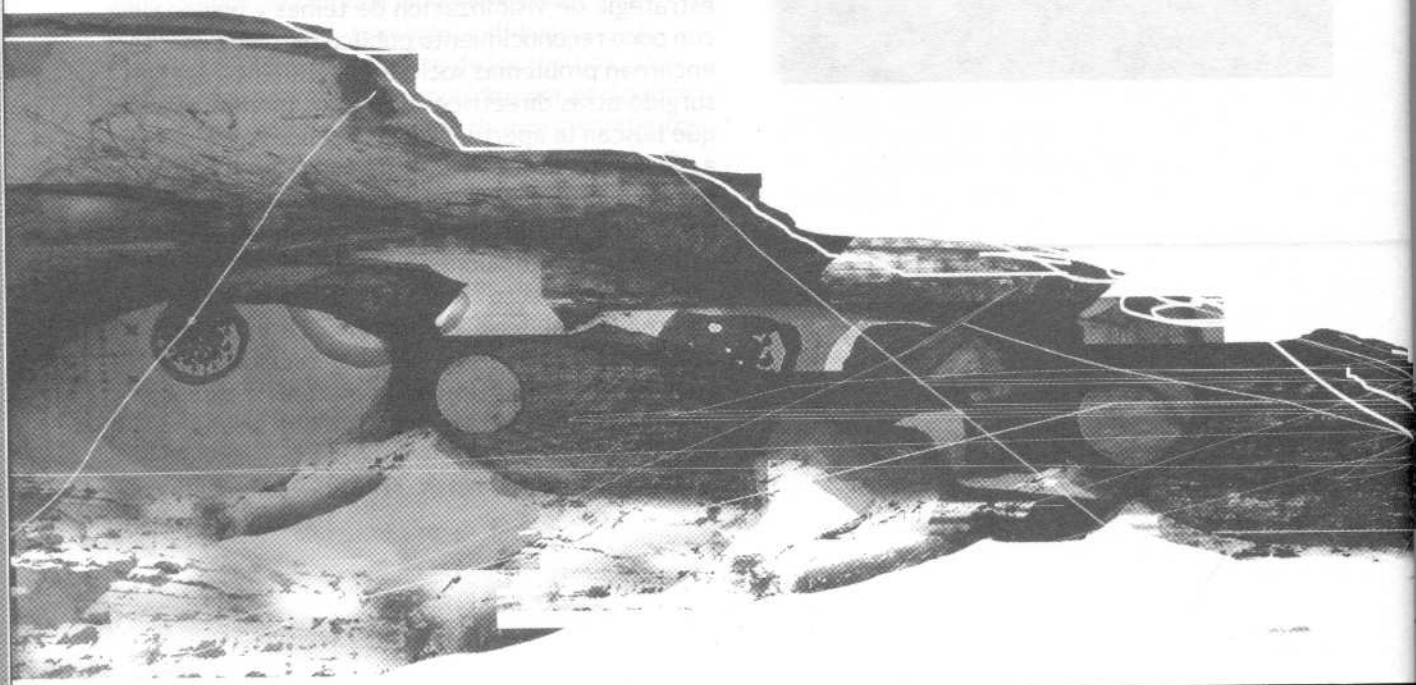


los ciudadanos "de a pie", "comunes y corrientes", esos otros que no se expresan en los medios- puedan tener una mayor injerencia en el establecimiento de las agendas mediáticas: *"El principal ingrediente de esta nueva relación ha sido tener más en cuenta el punto de vista de los ciudadanos para hacer la agenda informativa y ofrecer elementos para que estos temas de iniciativa ciudadana encuentren canales hacia la acción a partir de la información y la convocatoria de los medios a la deliberación pública"*¹².

En el segundo caso, el del periodismo de soluciones, se trataría de "superar" la perspectiva del ciudadano como víctima para mostrarlo como un sujeto proactivo que está en condiciones de resolver los problemas que lo embargan a él y a sus conciudadanos: *"En vez de señalar lo que es erróneo con la intención de que ello se corrija, el periodismo de soluciones presenta lo que es correcto, con la esperanza de que se imite"*¹³. Pueden notarse las similitudes entre este periodismo de soluciones con la tendencia colombiana a presentar secciones en las que se destacan las labores de determinados sectores de la comunidad por resolver sus problemas (secciones como "Sacan la cara" y "Colombia Positiva", de El Tiempo; "Gente positiva" de El País, y otras en los noticieros locales y nacionales).

Por su parte, el llamado periodismo ciudadano propone darle protagonismo a las audiencias en la construcción de la información periodística y, en consecuencia, modificar los criterios no sólo de selección sino especialmente de construcción de información de modo que - de acuerdo a sus gestores- primen los intereses, gustos y demandas de las audiencias. En este auge del "periodismo ciudadano", Internet ha jugado un papel decisivo en tanto permite que un amplio número de usuarios publique en la red sus propios textos; pero también se manifiesta a través de la apertura de secciones en periódicos y noticieros televisivos en los que se invita a los receptores a enviar sus propios informes periodísticos (v.g. "El cazanoticias" de R.C.N.).

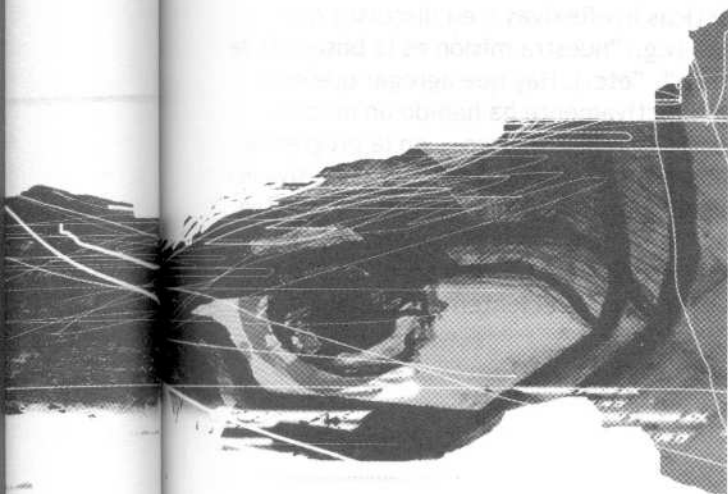
Una última tendencia a reseñar es aquella que conserva la faceta de "lo positivo" y le incorpora elementos de denuncia: la del



desplazamiento de un grupo de periodistas a sectores barriales de la ciudad para establecer contactos con algunos de sus representantes y presentar sus problemáticas, necesidades, proyectos, etc. A nivel nacional está la experiencia del noticiero RCN con el "Correcaminos en los barrios" que se desplaza en un bus por distintos barrios de Bogotá para que sus habitantes se expresen sobre sus problemas; a nivel local, la del noticiero radial "Cómo amaneció Cali en las comunas de Cali", en la que el equipo periodístico tiene una emisión especial con líderes comunitarios y el gabinete municipal; y la de Noticiero del Pacífico y el Diario Occidente en el evento "La Toma de las Comunas". Se trata en los distintos casos de desplazamientos a sectores barriales a partir de un calculado plan de producción que involucra a un equipo periodístico encargado de hacer entrevistas y/o foros de discusión con los asistentes a los eventos, pero que también puede involucrar tarimas, animadores, campañas, obsequios y espectáculos. Si bien esta propuesta pretende establecer una ruptura frente a la propensión a la burocratización del periodista que ejerce su labor cotidianamente en la sala de redacción - y que establece contacto con sus fuentes a partir del teléfono, del fax, internet, boletines de prensa y que eventualmente se desplaza a ruedas de prensa, etc. -, le impone a éste una serie de condicionamientos sobre el modo como debe ejercer su labor: podría decirse tentativamente que el medio crea un espectáculo del que él mismo hace parte, una modalidad de factoides¹⁴ que le da visibilidad a un sector social a partir de su propio esfuerzo de visibilidad. Lo que nos lleva a pensar que si bien, en efecto, hay una serie de razones sociales y de criterios

periodísticos que modulan estas experiencias, intervienen también factores externos sobre los que interesa indagar: la inscripción de estos eventos en estrategias de posicionamiento de la organización informativa frente a otros medios de comunicación, razones económicas ligadas a la búsqueda de audiencias y anunciantes que garanticen la continuidad del medio, resultado de demandas jalonadas por distintas instancias y organizaciones sociales, ajuste del periodista a las lógicas propias del info- entretenimiento, etc.

Evidentemente, cada uno de estos casos tiene unas características particulares y requieren de un estudio mucho más juicioso; pero podríamos decir, en síntesis, que el énfasis del periodismo público consiste en la creación de espacios y de deliberación pública; el del periodismo de soluciones en la modelización del ciudadano que propone por encima del que se queja; y el periodismo ciudadano en la función de no-periodistas como productores de información. Ahora bien, tales modelos - generados, debe decirse, desde el interior de los mismos medios- tienden a plantearse como una alternativa frente al periodismo tradicional con el que establecen un *antes y después de*, especialmente en lo relativo a las fuentes de información a las que apelan, en las que las ligadas a sectores del poder - más específicamente las oficiales- se ponen en la balanza frente a las otras, provenientes de sectores sociales amplios y diversos, y que exponen temas que rompen aparentemente con los criterios de noticiabilidad tradicionales. No obstante, también han generado otra serie de estereotipos en torno al modo como éstos son representados (los perfiles que se construyen de ellos y las narrativas que para ello se utilizan) y en torno a quiénes tienen acceso y quiénes no a dicha visibilidad (qué criterios de noticiabilidad son los que se utilizan y desde qué foco son mostrados): ¿los buenos ciudadanos? ¿Y los que no? ¿Cómo siguen siendo representados? Podríamos decir, en síntesis, que se insiste en señalar los extremos: a) Ciudadanos de primera categoría que, de manera acrítica y modelizadora, son mostrados como individuos o grupos que a pesar de las adversidades y del abandono estatal (asunto que no se cuestiona) "salen adelante"; b) Ciudadanos de segunda, que trasgreden las instituciones y la normatividad y sobre los que recae un discurso moralizante y estigmatizador.



EL POSICIONAMIENTO DE ESTAS AGENDAS Y EL ANÁLISIS DE LAS ORGANIZACIONES INFORMATIVAS

Para el análisis de las distintas vertientes expuestas resulta pertinente revisar cómo se van construyendo dichos discursos periodísticos en el interior de los medios de comunicación, específicamente desde los productores de dicha información, los periodistas. Teu A. Van Dijk nos dice al respecto: *"Una explicación completa del discurso periodístico, pues, exige tanto una descripción de las estructuras textuales de la noticia, como una descripción de los procesos de producción y de recepción del discurso periodístico en situaciones comunicativas y contextos socioculturales"*¹⁵. En ese sentido, debe tenerse en cuenta que en la construcción del discurso periodístico se establece una estrecha relación entre las instancias que producen o promueven determinados temas y los condicionamientos internos de los periodistas y de las organizaciones informativas a las que éstos pertenecen; estas organizaciones conforman una entidad compleja que comprende distintos tipos de actores (los dueños de las empresas, los gerentes, los directores, los redactores, los fotógrafos y los técnicos) que intervienen de una u otra manera en la producción del discurso informativo y que contribuyen a la elaboración de una enunciación "aparentemente unitaria y homogénea"¹⁶ en la que son consecuentes con los criterios editoriales determinados de antemano¹⁷.

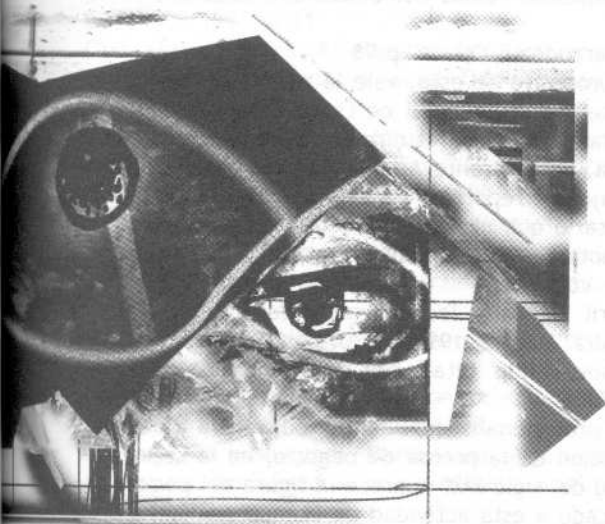
Es en ese sentido que podemos hablar de ideologías profesionales: "una teoría implícita generada, mayoritariamente compartida y reproducida por los miembros de determinada profesión"¹⁸. Teoría implícita que, además, tendría como función distintiva la de otorgar prestigio y distinción a los miembros del gremio correspondiente y que estaría sostenida y reproducida fundamentalmente, de manera vertical, por las élites profesionales: "de las élites a los sectores subalternos, y de los miembros veteranos a los sectores novatos"¹⁹. De ese modo, estaríamos hablando, en primera instancia, de un sector relativamente cerrado que tendría la legitimación necesaria para definir las reglas que rigen a determinada profesión y, en segunda instancia, de otro sector que, de manera inconsciente, asume dichas reglas y las pone en práctica en su ejercicio profesional.

Ahora bien, la constitución de esas ideologías profesionales y el modo como son interiorizadas por un determinado grupo de profesionales están inscritos necesariamente en una serie de condicionamientos históricos y sociales tanto de la profesión en cuestión - en este caso el periodismo- como de quienes se inscriben en ella, de modo que no constituyen necesariamente una relación difusa y recta; por el contrario, en ella se manifiestan diversas tensiones y tendencias que pueden ir desde las rupturas del canon (v.g.: nuevo periodismo o periodismo literario) hasta la interiorización inercial de determinadas valoraciones, que se traducen en prácticas irreflexivas o en discursos que refuerzan metáforas y lugares comunes (v.g.: "nuestra misión es la búsqueda de la verdad", "hay que informar al público", "etc.). Hay que agregar que en el caso particular del periodismo, si bien efectivamente ha habido un modelo dominante - por excelencia, el del periodismo informativo- , en la progresiva constitución de sus ideologías profesionales ha incidido de manera decisiva el hecho de que se trata de una actividad de una reciente profesionalización²⁰ en la que aún persisten diversos discursos en torno a su constitución como un oficio - resultado fundamentalmente de la práctica y de la transmisión de saberes y técnicas ligada a la experiencia- y, más recientemente, como una

práctica a la que tienen derecho todos los ciudadanos - informar y ser informado -.

La ampliación de las agendas informativas y el surgimiento de estas distintas modalidades de inclusión de otros actores sociales en los medios implican necesariamente una transformación en el interior de las organizaciones informativas, y específicamente en sus periodistas: en sus concepciones sobre las fuentes de información y en sus procedimientos de acercamiento a las fuentes y de recopilación de información. Evidentemente, el modo como un determinado tema va tomando fuerza y visibilidad en los medios de comunicación está relacionado con la manera como logra inscribirse en unas concepciones y en unas lógicas de producción ya estables y estandarizadas; pero también tiene que ver con la revisión de los tratamientos que reciben dichos temas y con la transformación de los modos como son representados. Es decir, cuando de presentar a un ciudadano víctima se pasa a presentar un ciudadano "positivo", cuando del estereotipo del homosexual afeminado y divertido se pasa al del sujeto defensor de sus derechos ciudadanos, cuando se pasa de presentar a jóvenes negros marginales como delinquentes a hacerlo como gestores de procesos culturales, se están operando simultáneamente dos procesos: por una parte, en efecto, el encuadramiento de esa complejidad a un formato que pueda ser manejado por los periodistas de acuerdo a las lógicas de producción del medio, a sus concepciones ideológicas y a sus intereses económicos; por otra, un replanteamiento de sus propias prácticas y de sus concepciones sobre lo noticiable para dar cabida de manera más sistemática a otros actores sociales. A propósito de lo anterior, surgen entonces una serie de preguntas: ¿Cómo y desde dónde se construyen las tendencias sobre el tipo de tratamiento que debe tener determinada nota periodística a propósito de esos sectores sociales? ¿Cómo el periodista interioriza estas valoraciones? ¿Cómo esto se revierte en la producción de sus textos mediáticos? ¿Cómo desde sus rutinas de trabajo reproduciendo y/o transformando determinadas ideologías profesionales?

Analizar el modo como ciertos temas "menores" ingresan entonces a la agenda mediática es una posibilidad que se abre para revisar cuáles son las inercias y las aperturas que se advierten en los medios de comunicación masiva y que si bien pueden explicarse desde sus trasfondos políticos y económicos, puede dar lugar también a reflexiones sobre ese sujeto social responsable final de escribir unos textos o montar unas imágenes - el periodista- para que los demás nos demos por enterados del reparto de actores - principales y de reparto- con el que pretenden dar cuenta de nuestra compleja realidad.



¹ Si se mira, por ejemplo, la edición especial de El Tiempo, "Resumen 2005- Fin de año" (domingo 18 de septiembre, 2005), excepto Mónica Roa, con reciente fama a raíz de su polémico proyecto de ley sobre despenalización del aborto, la mayoría de los personajes seleccionados son suficientemente representativos de los sectores económicos y políticos más reconocidos: Manuel José Cepeda, presidente de la Corte Constitucional; Sabas Pretelt, por esos días ministro del Interior del gobierno de Alvaro Uribe; César Gaviria Trujillo, exsecretario de la OEA; el Papa, Joseph Ratzinger; Luis Alberto Moreno, director del BID; y el presidente venezolano Hugo Chávez. En un plano de jerarquización menor aparecen Juan Valdés y su mula "Conchita", Shakira, Juanes, la deportista María Luisa Calle y Francisco Holguín, médico que saltó a la fama a raíz de la cirugía realizada a Diego Armando Maradona. El Tiempo, domingo 18 de diciembre de 2005.

² Este criterio, por ejemplo, es el que se utiliza en la selección de los ganadores en reportería gráfica en los premios Alfonso Bonilla Aragón, de la ciudad de Cali.

³ Colombo, Furio. El periodismo fotográfico. En: *Ultimas noticias sobre el periodismo. Manual de periodismo internacional*. Anagrama, Barcelona, 1997, p. 153.

⁴ Charaudeau, Patrick. *El discurso de la información. La construcción del espejo social*, Gedisa, Barcelona, 2003, p. 286

⁵ Volli, Ugo. "Factoides y mnemos, por una ecología semiótica". En: *Videoculturas de fin de siglo*. Cátedra, Madrid, 1989.

⁶ Champagne, Patrick. La visión mediática. En: *La miseria del mundo*. Coord: Pierre Bourdieu.

⁷ Ver "Es posible otra mirada. Medios de comunicación e identidades indígenas". Convenio "En minga con los pueblos indígenas y por el derecho a su palabra", pueblos indígenas Nasa, Kokonuco, Guambiano, Totoroes y Yanacunas, Comisión Europea y Escuela de Comunicación Social de la Universidad del Valle.

⁸ Emisión del noticiero del Canal RCN, del 20 de diciembre de 2005.

⁹ Ford, Anibal. La exasperación del Caso. En: *La marca de la bestia*. Norma, 1999.

¹⁰ Ver, Martini, Stella. *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. Norma, Bogotá, 2002, p.38.

¹¹ González, Julián. *Repensar el periodismo. Transformaciones y emergencias del periodismo actual*. Programa Editorial Universidad del Valle, Cali, 2004.

¹² Miralles, Ana María. *¿Qué es el periodismo cívico*. En: Revista Foro. No. 35. Septiembre de 1998

¹³ Benesh, Susan. *El surgimiento del periodismo de soluciones*. Traducción Alberto Barrueco (publicado en Columbia Journalism Review, vol.36:6, marzo-abril, pp 36- 29, 1998). Ubicación electrónica: icar.gwu.edu/laascens,%F3n,pdf.

¹⁴ Volli, Ugo, op. Cit.

¹⁵ Van Dijk, Teu. La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información. Paidós Comunicación, Barcelona, 1996, p.45

¹⁶ Charaudeau, Op.cit. p.96

¹⁷ A propósito de esto, vale la pena recordar un aparte del documental de Oscar Campo, "Noticias de guerra", en el que el director de 90 Minutos en esa época, José Vicente Arizmendi, dice, refiriéndose al trabajo del reportero Miguel Angel Palta, que no es necesario que él, como director, revise la edición de sus notas, porque ambos ya saben qué es lo que ésta debe contener.

¹⁸ Abril, Gonzalo. *Teoría general de la información*. Cátedra, Madrid, 1997, p. 307.

¹⁹ Elliot, Phillip. Citado por Abril, Gonzalo. *Ibidem*, p.307.

²⁰ La profesionalización del periodismo va ligada a la aparición de la prensa de negocio, en la segunda mitad del siglo XIX. Aparece la figura del periodista dedicado a esta actividad de tiempo completo, ligado a algunas características de la prensa: información más abundante y frecuente, ampliación de la cobertura internacional y menor dependencia de poderes políticos y económicos. El surgimiento de las primeras escuelas de periodismo se remonta, por su parte, a los años 20 en Estados Unidos. Ver: Ortega, Felix y Humanes, María Luisa. *Algo más que periodistas. Sociología de una profesión*. Ariel, España, 2000.

Bibliografía

- Abril, Gonzalo. *Teoría general de la información*. Cátedra, Madrid, 1997.
- Alsina, Miquel Rodrigo. *La construcción de la noticia*. Paidós Comunicación, Barcelona, 1996
- Bourdieu, Pierre. El mercado lingüístico. En: *Sociología y cultura*. Grijalbo, México, 1984.
- _____. *Sobre la televisión*. Anagrama, Barcelona, 1996, p.31
- Charaudeau, Patrick. *El discurso de la información. La construcción del espejo social*, Gedisa, Barcelona, 2003.
- Ford, Anibal. *La marca de la bestia. Identificación, desigualdades e infoentretenimiento en la sociedad contemporánea*. Norma, Bogotá, 1999
- González, Julián. *Repensar el periodismo. Transformaciones y emergencias del periodismo actual*. Programa Editorial Universidad del Valle, Cali, 2004.
- Martini, Stella. *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. Norma, Bogotá, 2000
- Miralles, Ana María. *¿Qué es el periodismo cívico?* Revista Foro No.35. Septiembre 1998.
- Ortega, Félix y Humanes, María Luisa. *Algo más que periodistas. Sociología de una profesión*. Ariel, España, 2000.
- Ramírez, Sergio. *Comunicación e ideologías profesionales. Control del conocimiento y conocimiento del control*. En: Taller de Comunicación 3, Departamento de Ciencias de la Comunicación, Universidad del Valle, Cali, 1989.
- Ramonet, Ignacio. *La tiranía de la comunicación*. Editorial Debate, Madrid, 1998.
- Winocur, Rosalía. *Ciudadanos mediáticos. La construcción de lo público en la radio*. Gedisa, Barcelona, 2002.

