

# ***The sociology of news production as an instrument for historical research based on media documentary sources***

**JOSÉ RAÚL GALLEGO RAMOS**

**ORCID.ORG/0000-0001-7161-1106**

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA

josralgallego@gmail.com

**KEYWORDS:**  
•  
**HISTORICAL RESEARCH**  
•  
**MASS MEDIA**  
•  
**INTERDISCIPLINARITY**  
•  
**JOURNALISM**  
•  
**METHODOLOGY**  
•

**Abstract:** *This article discusses the opportunities that the sociology of news production offers to historians and other scholars who make use of media content as documentary sources. I highlight the interests and objects of study shared by both history and communication, as well as some problems faced by historians when dealing with such sources. I present the theory of a hierarchy of influences on media content as a conceptual alternative to resolve some of these difficulties. Furthermore, I put forward some strategies that facilitate the contextualization and critical analysis of media contents used as documentary sources.*



Date of reception: 24/03/2017

Date of acceptance: 31/10/2017

# La sociología de la producción de noticias como herramienta para la investigación histórica con fuentes documentales mediáticas

**JOSÉ RAÚL GALLEGO RAMOS**  
**ORCID.ORG/0000-0001-7161-1106**

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA  
josralgallego@gmail.com

**Resumen:** El artículo discute las oportunidades que ofrece la sociología de la producción de noticias a historiadores y otros investigadores que utilizan como fuentes documentales los medios de comunicación. Se resaltan intereses y objetos de estudio compartidos entre la historia y la comunicación, así como algunos problemas que enfrentan los historiadores al trabajar con dichas fuentes. Se presenta la teoría de las influencias sobre el contenido de los medios como una alternativa conceptual para resolver algunas de estas dificultades. Asimismo, se exponen algunas estrategias que faciliten la contextualización y el análisis crítico de los contenidos mediáticos como fuentes documentales.

**PALABRAS CLAVE:**

- INVESTIGACIÓN HISTÓRICA
- MEDIOS DE COMUNICACIÓN
- INTERDISCIPLINARIEDAD
- PERIODISMO
- METODOLOGÍA



Fecha de recepción: 24/03/2017

Fecha de aceptación: 31/10/2017

## INTRODUCCIÓN

**A** inicios de la década de 1990, el investigador norteamericano Immanuel Wallerstein propuso a la Fundación Calouste Gulbenkian brindar apoyo a un ambicioso proyecto de reflexión y análisis crítico sobre el presente y el futuro de las ciencias sociales. Para 1995, el grupo compuesto por diez reconocidos académicos de las ciencias sociales, naturales y humanidades concluyó —entre otros resultados— que la división contemporánea de las ciencias había obedecido más a cuestiones históricas e institucionales que a criterios epistemológicos; que por lo tanto, resultaba urgente “abrir las Ciencias Sociales” para trascender las barreras artificiales que estaban atentando contra el avance del conocimiento en la actualidad.<sup>1</sup>

En el segundo capítulo de este conocido e influyente informe,<sup>2</sup> Wallerstein refiere cómo, en el caso específico de la historia, a mediados de la década de 1960 se hizo notoria la cooperación con otras ciencias sociales, al cruzar datos e integrar metodologías para el análisis de fenómenos que trascendían los parámetros disciplinares. Así, aunque en la actualidad los conceptos de *inter*, *multi* y *transdisciplina* son ampliamente conocidos y debatidos,<sup>3</sup> son muchos los problemas aún existentes que pueden ser analizados, de manera más coherente y productiva, a partir de la colaboración e integración de saberes producidos desde diferentes áreas de conocimiento.

El presente artículo se ubica precisamente en uno de los intersticios que existen entre historia y comunicación, y se centra en un problema fundamental: ¿cómo puede el historiador, en su trabajo con fuentes documentales mediáticas, entender y posicionarse ante la mediación que influye en el contenido publicado por los medios y le da forma? Al ser la realidad una construcción social<sup>4</sup> y los medios una de las vías más importantes a través de las cuales se construye, socializa y



1 Immanuel Wallerstein (ed.), *Abrir las ciencias sociales. Informe de la Comisión Gubelkian para la reestructuración de las ciencias sociales*, México, Siglo XXI, 2006.

2 *Ibid.*, pp. 46-50.

3 Véase Basarab Nicolescu, *La transdisciplinariedad. Manifiesto*, Sonora, Multiuniversidad Mundo Real Edgar Morin, 1996; *Transdisciplinarity. Stimulating Synergies, Integrating Knowledge*, París, Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, 1998.

4 Peter Berger y Thomas Luckmann, *La construcción social de la realidad*, Buenos Aires, Amorrortu, 2001.

perdura, ¿cómo puede el historiador asumir la información que estos producen de una manera no ingenua, especialmente cuando la labor periodística posee sus propias distorsiones involuntarias,<sup>5</sup> a la par que está altamente ideologizada y es fuente constante de manipulaciones y sesgos movidos por intereses que nada tienen que ver con el apego a la verdad o el rigor del conocimiento científico?<sup>6</sup>

El objetivo de este artículo es presentar y discutir las oportunidades que ofrece la sociología de la producción de noticias a historiadores u otros investigadores que necesitan utilizar como fuentes documentales los contenidos producidos y publicados en los medios de comunicación.

En el texto comienzo enfatizando algunos de los intereses y objetos de estudio compartidos entre la historia y los análisis sobre comunicación, las características del trabajo de los historiadores con fuentes documentales mediáticas y algunos de los problemas a los que se enfrentan, para luego exponer cómo los conocimientos producidos desde la sociología de la producción de noticias pueden contribuir a resolverlos. Más adelante expongo algunos de los retos que, en materia metodológica, encierra la integración aquí propuesta, y algunas estrategias investigativas para resolverlos.

## HISTORIA Y COMUNICACIÓN

A pesar de los esfuerzos que se llevaron a cabo durante la última década, la relación entre historia y comunicación continúa marcada por una paradoja común en el ámbito de las ciencias sociales: objetos de estudio compartidos, estrategias de investigación divididas.

En el artículo introductorio al libro *Explorations in Communication and History*, Barbie Zelizer resume esta situación de la siguiente manera:



5 Mauro Wolf, *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas*, Buenos Aires, Paidós, 1987, p. 208.

6 Véase Armand Mattelart, Mabel Piccini y Michele Mattelart, *Los medios de comunicación de masas. La ideología de la prensa liberal*, Buenos Aires, El Cid, 1976; Omar Rincón (ed.), *¿Por qué nos odian tanto? [Estado y medios de comunicación en América Latina]*, Bogotá, Centro de Competencia en Comunicación para América Latina/ Friederich Ebert Stiftung, 2010.

De la misma forma en que el pasado es constitutivo para los historiadores, el intercambio humano de algún tipo es constitutivo para los investigadores de la comunicación. Y ambos —el pasado y el intercambio comunicativo— van más allá de los límites específicos disciplinares de ambas disciplinas. [...Pero n]inguno de los campos se mueve con fuerza más allá de su propia miopía disciplinar para engarzar frontalmente con el otro, y ninguno ofrece una respuesta clara al rol, impacto o relevancia del otro.<sup>7</sup>

Excluyendo la historia natural —aquella que se refiere a seres o fenómenos no humanos—<sup>8</sup> el resto de los subcampos de la historia tienen en su centro a los seres humanos, sucesos protagonizados por ellos o el producto de sus acciones, pues ni siquiera las historias individuales pueden prescindir de la dimensión social de éstos, estructurada sobre la base de relaciones de intercambio de las más distintas índoles, en las cuales está presente la comunicación —en sus múltiples variantes—, como un elemento indispensable; de ahí que sea difícil concebir la historia sin relaciones y éstas sin comunicación.

Ésta es una primera condición de naturaleza ontológica que imbrica los objetos de conocimiento de ambas disciplinas, pero existen otros factores de orden epistemológico relacionados con los elementos de justificación práctica<sup>9</sup> empleados por la historia para construir conocimiento sobre los objetos que estudia: buena parte de la evidencia con la cual trabajan los historiadores (“los vestigios de formas de vida pasadas”)<sup>10</sup> son objetos eminentemente comunicativos (periódicos, cartas,



7 Barbie Zelizer, “When disciplines engage”, en Barbie Zelizer (ed.), *Explorations in Communication and History*, Nueva York/Londres, Routledge, 2008, p. 5.

8 Aviezer Tucker, “Introduction”, en Aviezer Tucker (ed.), *A Companion to the Philosophy of History and Historiography*, West Sussex/Massachusetts, Wiley-Blackwell, 2009, p. 3.

9 Véase James Anderson, *Communication Theory. Epistemological Foundations*, Nueva York, The Guilford Press, 1996; José Raúl Gallego, *Análisis metateórico del estudio de las relaciones entre agendas públicas, mediáticas e institucionales en las investigaciones que emplean la Teoría de la Agenda Setting: implicaciones para la comprensión del fenómeno de las relaciones entre agendas*, tesis de maestría en Comunicación, Jalisco, Universidad de Guadalajara, 2016.

10 Hayden White, “History as fulfillment”, en Robert Doran (ed.), *Philosophy of History after Hayden White*, Londres, Bloomsbury, 2013, p. 35.

diarios, documentos), mientras que otros, de una naturaleza más utilitaria (construcciones, hallazgos arqueológicos, implementos de trabajo) también pueden ser analizados semióticamente, con un enfoque en su dimensión comunicativa o, mejor dicho, en lo que se intentaba comunicar a partir de ellos.

Como señaló el historiador y teórico de la comunicación canadiense Harold A. Innis: “Nuestro conocimiento de otras civilizaciones depende en gran parte del carácter de los medios usados por cada civilización hasta ese momento y la capacidad de estos de ser preservados y hacerse accesibles a ser descubiertos”,<sup>11</sup> pues son precisamente dichos medios una de las principales fuentes de información sobre el pasado que se intenta (re)construir.

Desde este enfoque, queda claro que la perspectiva comunicológica es un campo con mucho que ofrecer a los estudios históricos, sobre todo en materia de la interpretación de la evidencia, y no bastaría con un artículo científico para comenzar a explorar la multiplicidad de conexiones que pueden articularse.

No obstante, el objetivo de este texto es centrarse en las posibilidades que ofrecen los estudios de comunicación para el análisis histórico de un tipo de evidencia en particular: las fuentes documentales mediáticas. Lo anterior no sólo responde a que los estudios de medios han sido una de las áreas más desarrolladas dentro del campo de la comunicación —al punto de ser acusados de mediocéntricos— sino también, a que, con la aparición de los primeros periódicos en el siglo xvii, su posterior masificación a escala global y la aparición de nuevos medios de comunicación ha provocado un proceso de “mediatización de la sociedad”<sup>12</sup> que los hace estar presentes no sólo como relatores de las más diversas aristas de la vida social, sino también como agentes de cambio de la misma.

Puede decirse que es poco probable encontrar un estudio histórico de un objeto, figura o proceso, posterior al siglo xviii, que no trabaje con fuentes documentales mediáticas, siempre que éstas estén disponibles, lo cual es cada vez más factible a medida que avanzamos en el tiempo y aumentan no sólo las capacidades técnicas



11 Véase John D. Peters, “History as a communication problem”, en Barbie Zelizer (ed.), *Explorations in Communication and History*, Nueva York/Londres, Routledge, 2008, pp. 19-20.

12 Stig Hjarvard, “The mediatization of society. A theory of the media as agents of social and cultural change”, en *Nordicom Review*, vol. 29, núm. 2, 2008, pp. 105-134.

para la conservación y recuperación de las fuentes documentales, sino también la conciencia de su valor en una sociedad que se empeña en denominarse a sí misma como sociedad de la información.

Sin embargo, los contenidos producidos por los medios de comunicación tienen sus propias particularidades, al igual que el resto de las evidencias históricas, y así como el historiador necesita conocer las técnicas, los materiales y el sistema de trabajo con los que fue construido un objeto utilitario primitivo, para así poder entender qué dice este sobre su uso e inserción en un sistema de relaciones determinado, también necesita saber las características estructurales de los medios, la organización de su sistema productivo y sus relaciones con otras estructuras de la sociedad, para poder otorgar sentido al significado que ellos producen a través de sus contenidos.

Existen múltiples técnicas de investigación relacionadas con el estudio del discurso, las cuales posibilitan el análisis de los contenidos manifiestos o implícitos en el texto; sin embargo, dichas técnicas se tornan insuficientes para una investigación histórica que requiere contextualización si no logran desentrañar la manera en que las condiciones de producción inciden en dichos contenidos. Es decir, los medios de comunicación tienen entre sus funciones la vigilancia e interpretación del entorno, y los historiadores dependen de esas interpretaciones, plasmadas en relatos mediáticos, las cuales deben deconstruir y reinterpretar como parte de su trabajo a través de un acercamiento crítico y contextualizado. Según Peters:

La primera pregunta que hace un historiador a un documento no es ¿Qué dice? sino más bien ¿Cómo esto fue posible? O incluso quizá más ¿Cómo terminó aquí? [...] Todos los historiadores son investigadores de los medios en el sentido de que leen textos y artefactos en términos de sus procesos de producción y distribución.<sup>13</sup>

Es bastante conocido que cada tipo de fuente histórica exige estrategias particulares para su interpretación<sup>14</sup> y aunque muchos historiadores son conscientes de la necesidad de contextualizar y analizar críticamente el contenido de los medios



13 John D. Peters, *op. cit.*, 2008, p. 20.

14 Sarah Barber y Corinna M. Peniston-Bird (eds.), *History Beyond the Text. A student's guide to approaching alternative sources*, Nueva York/Londres, Routledge, 2010.

de comunicación,<sup>15</sup> no hay evidencia suficiente de que, desde el campo de la historia, se aproveche y emplee de manera sistemática el conocimiento producido y validado desde los estudios de comunicación y, en particular, desde la sociología de medios y de la producción de noticias, el cual podría aportar valiosas herramientas conceptuales y metodológicas a los historiadores para el análisis de los medios como fuentes. Ninguna teoría es exclusiva para el logro de resultados específicos, ni existe disciplina que posea la propiedad absoluta de un objeto de estudio; sin embargo, conocer lo que se produce desde otros campos de saberes que se especializan en el análisis de ciertos elementos y procesos —en este caso, los medios de comunicación y su producción— puede facilitar el acercamiento a éstos, aún cuando sea con finalidades diferentes.

El objetivo del próximo apartado es presentar la *teoría de las influencias en el contenido de los medios* como uno de los cuerpos teóricos que más puede ayudar a los investigadores en su trabajo de interpretación y análisis del contenido de las fuentes documentales mediáticas, aun cuando los historiadores ya cuenten con sus propias estrategias y conocimientos, desarrollados a partir de su experiencia de trabajo con los medios en calidad de fuentes.

## **SOCIOLOGÍA DE LA PRODUCCIÓN DE NOTICIAS Y LA TEORÍA DE LAS INFLUENCIAS EN EL CONTENIDO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

Aunque las variables más atendidas en los primeros estudios de medios fueron el mensaje, el receptor y los efectos, para la década de 1950 comenzaron a surgir investigaciones centradas en los medios de comunicación en calidad de emisores. A los primeros estudios respecto al papel del *gatekeeper*<sup>16</sup> en el proceso de selección de las noticias, le siguieron investigaciones sobre las “distorsiones involuntarias”, referidas a “un tipo de deformación en los contenidos informativos no atribuible



15 Véase Jacqueline Covo, “La prensa en la historiografía mexicana: problemas y perspectivas”, en *Historia Mexicana*, vol. XLII, núm. 3 [167], enero-marzo, 1993, pp. 689-710; Ángel Omar May, “Propaganda e ideología en la prensa. El caso del *Rojo Amanecer* en Campeche, 1921-1924”, en *Signos Históricos*, vol. XIV, núm. 27, 2012, pp. 64-102.

16 Persona encargada en los medios de comunicación de seleccionar los contenidos que serán publicados.

a violaciones de la autonomía profesional, sino más bien a la forma en que está organizado, institucionalizado y desarrollado el oficio de periodista”<sup>17</sup>

Dichas investigaciones dieron paso a estudios más complejos denominados *newsmaking*, los cuales se valen de la observación de los procesos productivos internos de los medios de comunicación para centrarse en dos aspectos fundamentales: la cultura profesional de los periodistas y la organización del trabajo y los procesos productivos.<sup>18</sup> Todas estas corrientes y líneas de estudio fueron dando lugar a un prolífero cuerpo de investigación agrupado bajo el nombre de sociología de la producción de noticias.

Para mediados de la década de 1990, los profesores Pamela Shoemaker y Stephen Reese presentaron un libro de extrema importancia para esta línea de investigación por tres razones fundamentales: 1) sistematizaba buena parte de los estudios de influencias en el contenido de los medios efectuados hasta ese momento; 2) dentro de su modelo de influencias, incluía actores y factores externos a las organizaciones mediáticas que influían, de manera directa o indirecta, sobre los mensajes de éstas, y 3) presentaba un modelo integrador de las influencias internas y externas sobre el contenido de los medios y los presupuestos conceptuales, supuestos e hipótesis para la construcción de una teoría del contenido de las noticias.<sup>19</sup>

Éste cuerpo conceptual puede resultar un apoyo valioso para los historiadores por tres razones fundamentales: 1) les ayuda a identificar los distintos factores y actores que inciden en el contenido de los medios de comunicación, cuya acción no puede determinarse sólo a partir del análisis de los textos mediáticos; 2) los orienta acerca de hacia dónde dirigir la búsqueda de información complementaria para contextualizar e interpretar el contenido mediático, y 3) les posibilita deconstruir y analizar críticamente el contenido mediático a partir del conocimiento de la función de los actores y los procesos que intervienen en su producción. Uno de los supuestos centrales de esta teoría es que “Las influencias sobre el contenido de los medios se pueden clasificar en forma jerárquica, desde los factores ideológicos —y otros factores a nivel de macrosistema— hasta las características micro de los



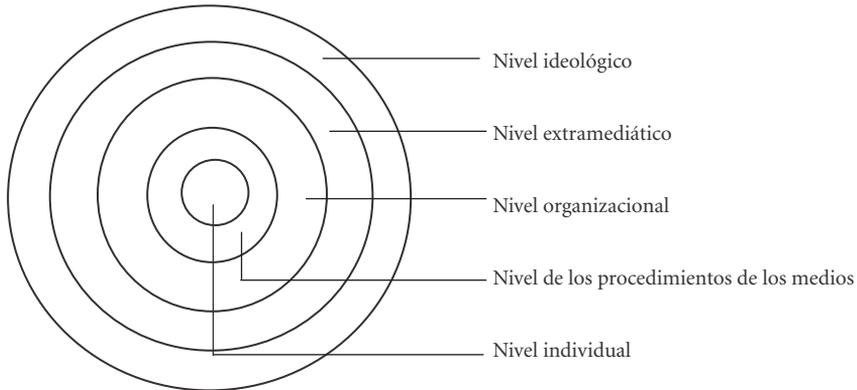
17 Mauro Wolf, *op. cit.*, 1987, p. 208.

18 *Ibid.*, pp. 211-214.

19 Pamela Shoemaker y Stephen Reese, *La mediatización del mensaje. Teorías de las influencias en el contenido de los medios de comunicación*, México, Diana, 1994.

trabajadores individuales”;<sup>20</sup> los niveles superiores son los que poseen mayores niveles de influencia (véase figura 1).

FIGURA 1. MODELO JERÁRQUICO DE INFLUENCIAS SOBRE EL CONTENIDO DE LOS MEDIOS



FUENTE: PAMELA SHOEMAKER Y STEPHEN REESE, *OP. CIT.*, 1994.

Los procesos, actores y factores que intervienen en cada uno de estos niveles, así como los rejugos de complementación/oposición que se dan en su interior y entre ellos, son fundamentales para comprender por qué las noticias son como son o, incluso, por qué unos hechos son reflejados por los medios y otros, de igual o mayor valor noticioso, ni siquiera son mencionados, pues estos niveles de influencia también son decisivos en los procesos de *agenda cutting*.<sup>21</sup>

Para Shoemaker y Reese, aunque el nivel individual sea el que menos puede influir en el contenido de los medios (ya que la estructura mediática está diseñada para estandarizar la producción noticiosa), el hecho de que el periodista sea el



<sup>20</sup> *Ibid.*, p. 263.

<sup>21</sup> Proceso por medio del cual se desvía la atención de determinados asuntos o problemas, dándoles poca o ninguna cobertura mediática. La *agenda cutting* puede ocurrir de tres formas: 1) al posicionar un tema en la parte baja de la agenda de noticias (enterramiento); 2) al retirarlo de la agenda una vez que ha sido colocado ahí, o 3) al no colocarlo jamás dentro de la agenda, ignorarlo por completo. Véase Rita Colistra, “Shaping and cutting the media agenda: Television reporters’ perceptions of agenda’ and frame-building and agenda-cutting influences”, en *Journalism & Mass Communication Monographs*, vol. 14, núm. 2, 2012, pp. 85-146.

redactor/constructor de la noticia hace que siempre pervivan un grupo de marcas imposibles de borrar debido a: 1) el poder de seleccionar los elementos y sucesos que integran la noticia, y 2) la redacción de la noticia con todos los matices que ello implica.

Según estos autores, dentro del nivel individual existen dos grupos de variables de actitud que pueden ejercer una determinada influencia sobre el contenido de los medios: los factores intrínsecos al comunicador y las prácticas profesionales. El estudio del primer grupo implica hurgar en las características personales de los periodistas: variables demográficas, raciales, de sexo, religiosas, militancia política, entre otras.

Existe la tendencia a que nuestros antecedentes afecten la forma en que vemos el mundo. Nuestras familias, nuestras escuelas y todas nuestras experiencias en la vida moldean nuestras prioridades, expectativas y sueños. Este no es un proceso diferente para los profesionales de la comunicación, que para los trabajadores de la construcción, los médicos o los trabajadores sociales.<sup>22</sup>

El nivel individual también incluye las concepciones acerca del periodismo, así como su relación con la sociedad, y, fundamentalmente, los marcos de referencia éticos en el ámbito individual, los cuales —a decir de Shoemaker y Reese—<sup>23</sup> inciden más en el contenido de los medios que las características personales de los periodistas. De esta manera, el historiador que trabaja con fuentes documentales mediáticas necesita —o, al menos, le sería de mucha ayuda— tener algunos conocimientos acerca de las personas que firman los textos con los que trabaja. Aunque a primera vista ésta pueda parecer una tarea engorrosa, por la cantidad de periodistas que trabajan en una redacción, no tiene por qué ser así, pues las propias rutinas productivas de los medios priorizan la especialización de los redactores por sectores, y probablemente la mayoría de los textos que aparecen en un medio sobre un tema específico sean realizados por una misma persona, o varias, en un periodo de tiempo prolongado.

El segundo nivel es el de los procedimientos o rutinas productivas, y entre sus finalidades está minimizar el impacto de las cuestiones individuales sobre



22 Pamela Shoemaker y Stephen Reese, *op. cit.*, 1994, p. 76.

23 *Ibid.*, p. 97.

la producción del contenido simbólico. “Con el término de procedimientos nos referimos a algo similar a aquellas prácticas y formas repetidas, modeladas y hechas rutina, que los trabajadores de los medios utilizan para realizar su actividad”.<sup>24</sup> En este nivel aparece la figura del *gatekeeper*, encarnado fundamentalmente en los jefes de redacción, cuya acción es decisiva en la determinación de los contenidos que se publicarán. También se incluyen las prácticas rutinarias que los periodistas incorporan para guiar y agilizar los procesos de recolección, así como la selección de las noticias en función de la audiencia a la que se dirigen —los denominados *valores noticia*—; los intereses y la capacidad de procesamiento del medio; la información disponible para la construcción del relato, y las dificultades para afrontarlo. “Si las limitaciones afectan el contenido, los procedimientos ayudan a explicar cómo ese contenido se moldea en respuesta a dichos límites”.<sup>25</sup>

Vinculado al nivel de los procedimientos se encuentra el organizacional, pues desde allí se trazan, organizan y controlan las políticas y ritmos que estructuran los procedimientos y rutinas productivas: “El análisis de la organización busca explicar las variaciones del contenido que no se pueden atribuir a los procedimientos laborales ni a los individuos”.<sup>26</sup> El nivel organizacional es de suma importancia para el análisis de las influencias sobre el contenido de los medios y un paso esencial para desentrañarlo es la reconstrucción de los organigramas de dirección de cada organización mediática.

“El poder fundamental yace en la propiedad”.<sup>27</sup> Por muy flexible y dialéctica que pueda ser planteada en términos conceptuales la libertad de las estructuras periodísticas de una institución, la potestad reservada al propietario de designar y remover a esas propias estructuras siempre encierra una cuota de poder sustancial, la cual, en última instancia, es definitiva sobre los contenidos del medio. El propietario —ya sea dueño u organización rectora— es quien decide —o al menos influye con gran fuerza— en la determinación de los objetivos de la organización, y en función de éstos se elaboran las políticas editoriales e informativas que actúan como uno de los principales mecanismos de selección y discriminación temática.



24 *Ibid.*, p. 102.

25 *Ibid.*, p. 117.

26 *Ibid.*, p. 140.

27 *Ibid.*, p. 153.

El conocimiento de estos documentos y de la persona situada en la cúspide del organigrama de dirección es fundamental para el análisis contextualizado y crítico de los contenidos de los medios.

Según Shoemaker y Reese, son cuatro las preguntas que deben hacerse al organigrama de dirección: 1) ¿cuáles son las funciones organizacionales?; 2) ¿cómo está estructurada la organización?; 3) ¿cuál es la política y cómo se establece?, y 4) ¿cómo se hacen cumplir estas políticas?<sup>28</sup>

Otros aspectos que deben tenerse en cuenta dentro del nivel organizacional son aquellos relacionados con los recursos y la tecnología con la que cuenta el medio: ubicación espacial; número de trabajadores; distribución de corresponsales y periodistas asignados a determinado sector; diseño de los ritmos productivos; criterios de evaluación del trabajo de los periodistas, y algo poco mencionado, pero de suma importancia: los géneros periodísticos desde los cuales se tratan los temas, así como la ubicación y el espacio y tiempo que se les otorga para su tratamiento.

Aunque este último es un elemento que no es muy trabajado, el hecho de que un tema sea tratado mediante comentarios, editoriales, notas informativas, reportajes de investigación o notas oficiales de instituciones externas, que se ubique en portada o sea relegado a una nota de 20 líneas en páginas interiores o resuelto con una información de 30 segundos al aire, dice mucho no sólo de los niveles de prioridad que tiene el tema para el medio, sino también de la disponibilidad de información sobre ese asunto en particular, así como los niveles de libertad o censura del medio.

Además de los factores y actores intrínsecos propios de los medios de comunicación, Shoemaker y Reese hacen referencia a un conjunto de elementos extramediáticos que ejercen una influencia considerable sobre la producción simbólica de los medios. Entre ellos se encuentran las instituciones del sistema político y de gobierno (partidos, ministerios, grupos de presión, gabinetes de relaciones públicas), quienes influyen en los contenidos no sólo en su calidad de fuentes privilegiadas en torno a determinados temas,<sup>29</sup> sino también a partir



28 *Ibid.*, p. 144.

29 La relación fuentes-periodista es uno de los elementos clave de estudio dentro de la sociología de la producción de noticias y que más información puede aportar al historiador acerca del posicionamiento de un

de la regulación de recursos materiales, imposición de impuestos o emisión de disposiciones legales que pautan el ejercicio del periodismo. En el caso de que algunos de estos grupos o instituciones sean los dueños u organismos rectores de los medios y responsables de su financiamiento, entonces son organizaciones extramediáticas que se incluyen dentro del nivel organizacional y su influencia es mayor e impacta de forma directa.

En este nivel también deben considerarse variables del entorno en el que operan los medios, ya sean económicas, políticas o sociales, las cuales inciden directamente en la selección de los temas que se publiquen. En los medios de comunicación es frecuente que determinados acontecimientos que cumplen con los valores de *noticiabilidad* no sean atendidos o reciban una cobertura menor, debido a cuestiones del entorno que los hacen ver como “no convenientes o no oportunos”, lo que causa su censura acompañada generalmente de la frase “Éste no es el momento”. Pero mucho más común es que dicho ambiente module el tratamiento que se le da a dichos temas, ya sea en cuestiones de valoración, aristas e incluso, en cuestiones terminológicas. Todo este complejo de variables contextuales son determinantes para el análisis de los textos mediáticos como productos singulares con influencia de su entorno sociopolítico, cultural y tecnológico, ya que este último aspecto es vital para entender el alcance, penetración y funcionamiento de un medio específico. Como última pieza del modelo, Shoemaker y Reese señalan que:

[...] el nivel ideológico incluye a todos los demás de los que ya hemos hablado y por lo tanto, es el nivel macro en nuestra jerarquía. El nivel ideológico difiere de los niveles anteriores porque los procesos que tienen lugar en estos dependen del patrón ideológicamente relacionado de los mensajes y están a favor de los centros de mayor poder en la sociedad. [...] A nivel ideológico observamos con mayor claridad al poderoso en la sociedad y en forma expresa cómo ese poder es manejado a través de los medios. Asumimos que las ideas tienen lazos con los intereses y el poder y que este al crear símbolos no actúa como fuerza neutral. No solo es noticia algo acerca del poderoso, sino que estructura notas de manera que los acontecimientos se interpretan desde la perspectiva del interés



medio o periodista en el complejo entramado de relaciones sociopolíticas de su entorno. Véase María Elena Hernández, “La sociología de la producción de noticias. Hacia un nuevo campo de investigación en México”, en *Comunicación y Sociedad*, núm. 30, 1997, pp. 225-229.

de dicho poder. [...] A nivel ideológico buscamos pronosticar cuándo las élites políticas y de los medios intervendrán en contra de los procedimientos periodísticos normales y del profesionalismo.<sup>30</sup>

La ideología, como ya se ha apuntado, opera sobre el resto de los niveles, y actúa fundamentalmente desde la subjetividad de los individuos, que son los actores protagónicos de dichos niveles, ya sea en el papel de periodistas, directivos, fuentes, funcionarios, políticos u otros. La ideología como práctica hegemónica, que interpenetra el resto de los niveles, es el principal determinante del contenido de los medios y de su agenda. Todas las consideraciones valoradas anteriormente se encuentran calzadas por ese sistema de ideas ubicado en la supraestructura de la sociedad y que se encuentra en estrecha relación con toda la estructura e infraestructura social. En el análisis del sistema ideológico imperante en una sociedad puede encontrarse la base de las nociones sobre las funciones del periodismo, la legitimación y fundamentación de los niveles de censura, autocensura o libertad de opinión, las zonas de silencio o los tabúes hacia determinados temas; es decir, no existe cuestión vinculada con el contenido publicado en los medios que no tenga relación con los posicionamientos ideológicos.

De esta forma, Shoemaker y Reese completan su modelo de influencias sobre el contenido mediático, el cual puede ser empleado como una guía por aquellos investigadores que necesiten trabajar con los textos de los medios como una de sus fuentes documentales. En el siguiente apartado expongo algunos de los retos que supone su empleo en la investigación histórica, así como las opciones metodológicas que pueden utilizarse para el estudio de estos niveles de influencia en condiciones de distanciamiento temporal.

### **PERSPECTIVAS, RETOS Y OPCIONES METODOLÓGICAS PARA LA APLICACIÓN A LA INVESTIGACIÓN HISTÓRICA DE LA *TEORÍA DE LAS INFLUENCIAS SOBRE EL CONTENIDO MEDIÁTICO***

Luego de una vasta experiencia en el estudio de los procesos productivos mediáticos y de analizar cientos de estudios al respecto, Shoemaker y Reese decidieron



30 Pamela Shoemaker y Stephen Reese, *op. cit.*, 1994, pp. 223-225.

enunciar lo siguiente como el primer supuesto básico de su teoría: “El contenido de los medios masivos es un producto socialmente creado, no un reflejo de una realidad objetiva”.<sup>31</sup> En la actualidad, lo anterior constituye prácticamente una verdad de Perogrullo en el campo de la investigación en medios y la práctica del periodismo. Ni siquiera los más acérrimos defensores de la objetividad periodística niegan que existen diferencias considerables entre la noticia y el hecho en sí.

Como apuntan estos investigadores: “Los medios no solo son canales. La información que pasa a través de ellos es modificada en una variedad de formas antes de que finalmente ofrezca una visión específica de la realidad social a la audiencia”.<sup>32</sup> Por tanto, es necesario conocer esa variedad de formas que modifican la información transmitida por los medios y cómo opera, para evitar que la investigación histórica que trabaja con fuentes documentales mediáticas se convierta en una reconstrucción de la realidad construida por los medios, al obviar no sólo el universo que escapa al enfoque de éstos, sino también al asumir de manera cosificada y unívoca algo que en realidad no es más que una visión entre muchas posibles. Esta perspectiva, a pesar de la especialización de las herramientas profesionales del periodismo, no escapa del todo a los mismos sesgos a los que puede estar sometida una visión individual o de otros actores sociales o institucionales.

Esto lo saben bien, por experiencia, tanto los trabajadores de los medios, como quienes se desenvuelven en el campo de los estudios de emisores. Asimismo, existe un amplio cuerpo testimonial y académico que da fe de ello. Dominar las herramientas conceptuales y metodológicas que esta línea de investigación aporta es de suma importancia para todos aquellos que trabajen con los contenidos de los medios de comunicación. Las posibilidades que brinda esta corriente de estudios a la investigación histórica son múltiples y significativas, como ya he señalado. Sin embargo, su aplicación no está exenta de retos y dificultades que deben ser considerados.

Como señalan varios autores,<sup>33</sup> la técnica más recurrente en la mayoría de los estudios de procesos productivos noticiosos es la observación participante, lo cual supone un primer desafío metodológico cuando se necesita conocer dichos



31 *Ibid.*, p. 263.

32 *Ibid.*, p. 258.

33 Véase Mauro Wolf, *op. cit.*, 1987, p. 211 y María Elena Hernández, *op. cit.*, 1997, p. 222.

procesos, pero en condiciones de distanciamiento temporal. Este primer reto obliga a recurrir a opciones metodológicas que permitan un conocimiento lo más certero posible de procesos imposibles de observar de manera directa, puesto que ya ocurrieron.

Para el estudio del nivel individual, la estrategia puede ser similar a la que se sigue en los estudios históricos de personalidades. La primera tarea es identificar a los periodistas más recurrentes en el tratamiento del tema que se investigará y obtener información básica de ellos. A medida que la investigación histórica se acerca en el tiempo, es más fácil encontrar registros de las organizaciones gremiales, documentos autobiográficos, e, incluso, al ser los periodistas figuras públicas, que logran alcanzar cierta relevancia, no es descartable la existencia de estudios biográficos o historias de vida que los ubiquen al centro, sobre todo porque dentro de la investigación en comunicación son frecuentes los estudios de personalidad y las historias biográficas. En este sentido, la búsqueda de información en las tesis de diploma de las facultades universitarias y escuelas de periodismo, puede arrojar resultados satisfactorios.

En cuanto a los valores relacionados con la cultura profesional del periodista, éstos pueden aflorar en las entrevistas efectuadas a los reporteros, una práctica que suele ser recurrente, sobre todo con aquellos profesionales que logran destacarse y permanecen en el sector. También puede ser útil la revisión somera de las actas de congresos o eventos gremiales, en los cuales es frecuente la discusión de cuestiones relacionadas con la ética periodística y la cultura profesional.

No obstante, no hay mejor información respecto a un autor que la puede encontrarse en sus propios textos. Por muy despersonalizada que sea la redacción, es muy difícil esconder —sobre todo en condiciones de producción continua, como ocurre con los periodistas de la mayoría de los medios— determinadas marcas sobre la orientación ideológica, creencias y posturas que pueden ser extraídas mediante diferentes modalidades de análisis del discurso. Incluso, si un investigador dentro de su muestra de trabajos periodísticos encuentra distintas marcas en el texto que puedan sugerirle posturas significativas para analizar la influencia del periodista sobre el tema, es recomendable que busque otros textos o trabajos del mismo autor para confirmar ese hallazgo.

Otra técnica a la que puede recurrirse para el estudio del nivel individual es la entrevista —en el caso de que los autores de los textos trabajados no estén demasiado alejados en el tiempo y continúen con vida personas que los hayan conocido—. En el nivel de los procedimientos, las entrevistas a personas que hayan trabajado

en el medio o relacionadas con éstos, puede ser una opción, siempre y cuando sea posible. Otra alternativa es el análisis de la documentación que genera el propio trabajo de los medios y su organización burocrática: actas de reuniones, informes evaluativos, expedientes laborales, de los cuales se puede extraer información valiosa sobre la organización de las rutinas productivas, los intereses del medio, los criterios de noticiabilidad que manejan y los procesos de *gatekeeping*. Como ya he mencionado, los estudios de *Newsmaking* y, en general, de sociología de la producción de noticias han tenido un crecimiento exponencial luego de la década de 1960, por lo que no resulta ocioso revisar dentro de la literatura científica —e incluso en los estudios a pedido encargados por los propios medios— si existe alguna investigación que describa las rutinas productivas del medio en cuestión en un periodo de tiempo determinado.

En caso de que exista dicho estudio, también aportaría vasta información acerca del nivel organizacional, al igual que el análisis de la documentación generada por el propio medio. De esta manera, sería sustancial tener acceso y llevar a cabo un análisis de las políticas informativas y editoriales del medio para comparar con el tratamiento que dan los periodistas a los temas. Los organigramas de dirección —al menos en su aspecto formal— pueden localizarse en los propios machones de los periódicos o en los créditos de los programas televisivos y radofónicos; asimismo, los reportes económicos del medio pueden contribuir a identificar a su propietario o a la organización responsable del financiamiento, así como los saldos disponibles para la adquisición y manutención de los recursos humanos y materiales. En el caso de estudios que traten contenidos mediáticos de las últimas décadas, es útil consultar si existe alguna investigación de economía política de la comunicación que tome como objeto al medio o los medios en cuestión.

Como mencioné anteriormente, resulta provechoso determinar el balance genérico con el que se trata el tema estudiado, así como el espacio-tiempo que se le dedica de acuerdo con las posibilidades del medio y la ubicación que ocupa, lo cual da idea de la importancia otorgada al tema. Éstos son aspectos que pueden resolverse con un análisis de contenido cuantitativo elemental.

Los dos restantes niveles son seguramente los que le resultan más familiares a los historiadores, pues los elementos que los componen forman parte del contexto que por lo general se analiza en las investigaciones históricas.

Respecto al nivel extramediático, resulta de suma utilidad conocer el andamiaje legal y regulatorio que imperaba sobre el ejercicio del periodismo en la época estudiada. Estas regulaciones usualmente se encuentran compendiadas para el

propio trabajo de los medios, y también existen estudios históricos al respecto. Por ejemplo, los historiadores que investiguen temas de la segunda mitad del siglo XIX cubano y trabajen con fuentes documentales mediáticas, para el análisis del nivel extramediático, pueden apoyarse en la obra *El lápiz rojo*, de Alain Basail Rodríguez,<sup>34</sup> un concienzudo estudio acerca de la prensa, la censura y su relación con la identidad cubana entre 1878 y 1895. Estas investigaciones resultan de suma utilidad porque ayudan a comprender los marcos regulatorios en los que deben desempeñarse los profesionales de la prensa, así como los límites y posibilidades que fijan al ejercicio del periodismo; de igual manera, aportan claves interpretativas para entender las estrategias retóricas que emplean los periodistas al tratar determinados temas, sobre todo aquellos más espinosos.

Para ubicar los productos mediáticos en su contexto y examinar la influencia de éste, el historiador puede servirse del mismo estudio de las variables económicas, políticas, sociales, tecnológicas y culturales para ubicar a su objeto de estudio en contexto. En este caso, se necesita de una readecuación epistémica y, además, preguntarse cómo determinados sucesos pudieron incidir sobre el objeto estudiado y de qué manera pudieron repercutir en lo que se publicó o no sobre el suceso estudiado.

Por último, la comprensión del nivel ideológico tiene una notable fuente de información en los estudios históricos de la época, en los que versan sobre poder, así como en los análisis sociológicos y filosóficos que examinan las formas ideológicas dominantes en un determinado periodo y espacio geográfico.

De esta forma, la investigación bibliográfica, el análisis de contenido y del discurso, así como las entrevistas son algunas de las técnicas a las que se puede recurrir para el estudio de los distintos niveles de influencias sobre el contenido de los medios, en condiciones de distanciamiento temporal. Los datos y análisis resultantes de la aplicación de este conjunto conceptual y metodológico pueden ser de mucha utilidad para la investigación histórica que trabaja con fuentes documentales mediáticas.



34 Alain Basail, *El lápiz rojo. Prensa, censura e identidad cubana (1878-1895)*, La Habana, Centro de Investigación y Desarrollo de la Cultura Cubana Juan Marinello, 2004.

## CONCLUSIONES

Luego de su irrupción vertiginosa en la vida social, los medios de comunicación se han convertido en una de las fuentes documentales por excelencia con las que cuentan los historiadores para el estudio de sucesos pasados. Debido a su crecimiento cuantitativo, a la rápida cobertura de los hechos, así como a los niveles de especialización y periodos de aparición y actualización sistemáticos cada vez más frecuentes, los medios de comunicación se han legitimado como los relatores del día a día, al encargarse de la construcción de la historia inmediata que posteriormente será empleada para la (re)construcción de las diferentes historias.

Sin embargo, dentro del campo de los estudios de la comunicación y de la sociología de la producción de noticias, es reconocido y ampliamente aceptado el hecho de que el contenido de los medios es un producto socialmente creado que experimenta un número considerable de transformaciones antes de ser presentado a las audiencias.<sup>35</sup> Y, al igual que los historiadores, tienen claro que su trabajo implica tanto de construcción, como de reconstrucción,<sup>36</sup> pues la labor del periodista también está marcada por ese mismo principio constructivista dado por la facultad de producir relatos a partir de hechos. De ahí la necesidad de que los historiadores que trabajen con fuentes documentales mediáticas dominen las herramientas conceptuales y metodológicas que les permitan analizar críticamente el contenido de los medios y las transformaciones que experimenta antes de ser publicado.

La *teoría de las influencias sobre el contenido de los medios*, desarrollada por Shoemaker y Reese, puede aportar dichas herramientas en el plano conceptual a partir de su modelo jerárquico que describe y analiza las influencias ejercidas por los niveles individual, de los procedimientos, organizacional, extramediático e ideológico sobre la producción noticiosa de los medios de comunicación.

Aun cuando, desde hace décadas, los historiadores tienen, conciencia de la necesidad de tomar en cuenta los elementos que inciden en el contenido de los medios y así lo reflejan en sus estudios, la ventaja de emplear como soporte conceptual



35 Véanse Miquel Rodrigo Alsina, *La construcción de la noticia*, Barcelona, Paidós Ibérica, 1993; Gaye Tuchman, *La producción de la noticia. Estudio sobre la construcción de la realidad*, Barcelona, Gustavo Gili, 1983.

36 Véanse Hayden White, *Metahistoria*, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica, 1998; Hayden White, *op. cit.*, 2013, pp. 35-45.

la *teoría de las influencias sobre el contenido de los medios* es que ésta sistematiza, interrelaciona y jerarquiza por niveles un conjunto importante de los elementos que deben tenerse en cuenta. Uno de los retos para la utilización de este cuerpo conceptual en los estudios históricos es la adecuación de los métodos y técnicas tradicionales, los cuales se basan en la observación de los procesos productivos, algo imposible cuando se trata de fenómenos alejados temporalmente.

Por ello, uno de los objetivos de este análisis ha sido presentar un grupo de técnicas y lugares de búsqueda a los que pueden recurrir los historiadores para estudiar las influencias de los actores y factores que conforman los distintos niveles. De cierto modo, este texto es otra muestra de los beneficios y la necesidad del diálogo entre saberes que comparten objetos de conocimiento, aun cuando hayan sido gestados en campos diferentes.

La propuesta de utilizar en la investigación histórica de documentos mediáticos los conocimientos gestados desde la sociología de la producción de noticias tiene como trasfondo el llamado a asumir siempre una postura crítica y de sospecha investigativa ante los contenidos publicados por los medios, de lectura entre líneas más allá de lo que se mencione en los documentos oficiales, casi siempre redactados en términos deontológicos y bastante alejados de lo que sucede en la práctica.

Por ello, al estudio de las condiciones contextuales que caracteriza a la investigación histórica debe sumarse el conocimiento y análisis de los factores propios del proceso de producción mediática y la revisión de los estudios críticos de medios, como una de las principales fuentes de información para la comprensión e identificación de las influencias que provocan que las noticias e informaciones producidas por los medios sean como son.

Ello no significa que el historiador deba descuidar su objeto de estudio y redirigir la mayor parte de su tiempo y recursos hacia la investigación de las fuentes documentales que emplea, pues ello implicaría caer en una espiral infinita de estudios que atentarán contra el proceso investigativo fundamental. Por el contrario, lo que aquí se plantea es el enriquecimiento del potencial analítico del historiador a partir de la inclusión —entre las variables de su investigación— de elementos precisos y fundamentales relacionados con los procesos y contextos de producción del contenido de las fuentes documentales mediáticas, los cuales pueden aportar claves interpretativas decisivas para la (re)construcción histórica de un fenómeno determinado. Esto implicaría necesariamente un mayor nivel de complejización de los estudios y, por ende, una inversión extra de recursos

intelectuales y materiales, lo que redundaría en un mayor rigor científico y profundidad de los resultados, algo que, sin duda, agradecerán tanto el autor, como sus lectores y la comunidad académica en general.

## BIBLIOGRAFÍA

- Alsina, Miquel Rodrigo, *La construcción de la noticia*, Barcelona, Paidós Ibérica, 1993.
- Anderson, James, *Communication Theory. Epistemological Foundations*, Nueva York, The Guilford Press, 1996.
- Barber, Sarah y Corinna M. Peniston-Bird (eds.), *History Beyond the Text. A Student's Guide to Approaching Alternative Sources*, Nueva York/Londres, Routledge, 2010.
- Basail, Alain, *El lápiz rojo. Prensa, censura e identidad cubana (1878-1895)*, La Habana, Centro de Investigación y Desarrollo de la Cultura Cubana Juan Marinello, 2004.
- Berger, Peter y Thomas Luckmann, *La construcción social de la realidad*, Buenos Aires, Amorrortu, 2001.
- Colistra, Rita, "Shaping and cutting the media agenda: television reporters' perceptions of agenda-and frame-building and agenda-cutting influences", en *Journalism & Mass Communication Monographs*, vol. 14, núm. 2, 2012, pp. 85-146.
- Covo, Jacqueline, "La prensa en la historiografía mexicana: problemas y perspectivas", en *Historia Mexicana*, vol. XLII, núm. 3 [167], enero-marzo, 1993, pp. 689-710.
- Gallego, José Raúl, *Análisis metateórico del estudio de las relaciones entre agendas públicas, mediáticas e institucionales en las investigaciones que emplean la Teoría de la Agenda Setting: implicaciones para la comprensión del fenómeno de las relaciones entre agendas*, tesis de maestría en Comunicación, Jalisco, Universidad de Guadalajara, 2016.
- Hernández, María Elena, "La sociología de la producción de noticias. Hacia un nuevo campo de investigación en México", en *Comunicación y Sociedad*, núm. 30, 1997, pp. 209-242.
- Hjarvard, Stig, "The mediatization of society. A theory of the media as agents of social and cultural change", en *Nordicom Review*, vol. 29, núm. 2, 2008, pp. 105-134.
- Mattelart, Armand, Mabel Piccini y Michele Mattelart, *Los medios de comunicación de masas. La ideología de la prensa liberal*, Buenos Aires, El Cid, 1976.
- May, Ángel Omar, "Propaganda e ideología en la prensa. El caso del Rojo Amanecer en Campeche, 1921-1924", en *Signos Históricos*, vol. XIV, núm. 27, 2012, pp. 64-102.
- Niculescu, Basarab, *La transdisciplinariedad. Manifiesto*, Sonora, Multiuniversidad Mundo Real Edgar Morin, 1996.

- Peters, John D., "History as a communication problem", en Barbie Zelizer (ed.), *Explorations in Communication and History*, Nueva York/Londres, Routledge, 2008, pp. 19-34.
- Rincón, Omar (ed.), *¿Por qué nos odian tanto? [Estado y medios de comunicación en América Latina]*, Bogotá, Centro de Competencia en Comunicación para América Latina/Friederich Ebert Stiftung, 2010.
- Shoemaker, Pamela y Stephen Reese, *La mediatización del mensaje. Teorías de las influencias en el contenido de los medios de comunicación*, México, Diana, 1994.
- Transdisciplinarity. Stimulating Synergies, Integrating Knowledge*, París, Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, 1998.
- Tuchman, Gaye, *La producción de la noticia. Estudio sobre la construcción de la realidad*, Barcelona, Gustavo Gili, 1983.
- Tucker, Aviezer, "Introduction", en Aviezer Tucker (ed.), *A Companion to the Philosophy of History and Historiography*, West Sussex/Massachusetts, Wiley-Blackwell, 2009, pp.
- Wallerstein, Immanuel (ed.), *Abrir las ciencias sociales. Informe de la Comisión Gubelkian para la reestructuración de las ciencias sociales*, México, Siglo XXI, 2006.
- White, Hayden, "History as fulfillment", en Robert Doran (ed.), *Philosophy of History after Hayden White*, Londres, Bloomsbury, 2013.
- White, Hayden, *Metahistoria*, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica, 1998.
- Wolf, Mauro, *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas*, Buenos Aires, Paidós, 1987.
- Zelizer, Barbie, "When disciplines engage", en Barbie Zelizer (ed.), *Explorations in Communication and History*, Nueva York/Londres, Routledge, 2008.

**D. R. © José Raúl Gallego Ramos, Ciudad de México, julio-diciembre, 2018.**