

# UNA PERSPECTIVA ESTRATÉGICA Y COMPLEJA DEL PERIODISMO LATINOAMERICANO

Juan Jorge Faundes

A partir del análisis estratégico del periodismo latinoamericano, basado en discursos sobre él, y extrayendo los presupuestos de esos discursos, se puede establecer los modelos de periodismo subyacentes: aquel objeto deseado para cuyo logro se observan oportunidades y amenazas, debilidades y fortalezas. Al mismo tiempo, para desarrollar, modificar o superar esos modelos, se pueden trazar múltiples cursos de acción en dirección de también variados objetivos. Son los desafíos que debemos enfrentar los periodistas para lograr un cambio enriquecedor en las puertas del nuevo milenio.

El autor propone a los lectores de *Diálogos* un trabajo inconcluso, para que muchos más se sumen a la tarea de analizar e identificar los modelos subyacentes de periodismos «deseados» por los emisores de los discursos analizados; identificar el mapa estratégico correspondiente a cada modelo y proponer un cuadro de desafíos.

## UNA REFLEXIÓN PREVIA SOBRE EL PERIODISMO

Propongo observar el periodismo como un *Sistema Epistemológico Comunicacional* que consista en un *sistema social parcial en sociedades complejas* cuya función sea la *generación del Presente Social de Referencia*, mediante una *forma discursiva peculiar construida sobre la base de un código central binario* (noticia/no-noticia, usado para seleccionar y jerarquizar aquello que se considerará relevante<sup>1</sup>) y *que se expresará en tres grandes géneros* (según predominen sus funciones informativas, interpretativas y opinativas) las que, en el periodismo escrito, *se subdividirán en especies peculiares* según se vayan combinando sus *estructuras* de ordenamiento del contenido y las principales formas del *estilo* (reporte, perifrástico y literario).

Cuando decimos *presente social de referencia*, hablamos de la imagen del mundo, de la sociedad, de sí mismas, que las personas y los grupos consideran como referente para sus decisiones<sup>2</sup>. «La mayor parte de nuestro conocimiento social y político así como nuestras creencias sobre el mundo, emanan de las decenas de informaciones que leemos o escuchamos a diario. Es muy probable que no exista ninguna otra práctica discursiva, aparte de la conversación cotidiana, que se ejercite con tanta frecuencia y por tanta gente como el seguimiento de noticias de prensa y televisión.»<sup>3</sup>

Esta teoría supone considerar al periodismo como **un sistema concedor de los sucesos** que construye un objeto de conocimiento propio (observando los sucesos en su probabilidad de ocurrencia, en su probabilidad de impacto histórico y en su probabilidad de impacto sociológico, siempre en relación a los destinatarios de los mensajes que espera producir) y como **un sistema comunicador del producto de su tarea de conocimiento** en forma de mensajes, o sea transformador del objeto que ha construido en mensajes de diversos géneros y especies.

### **Funciones de la comunicación (y del discurso periodístico):**

- a) *vigilancia* del ambiente, advertencias acerca de peligros y amenazas del mundo;
- b) *correlación* (organización, consenso, producción de respuestas apropiadas a problemas identificados con la vigilancia) de los sectores de la sociedad en la respuesta al ambiente;
- c) *transmisión de la herencia social* de una generación a otra, y
- d) *entretenimiento*<sup>4</sup>.

### **Vigilancia.-**

La gente se entera de lo que está pasando: de las *amenazas*, de las *oportunidades* (para cada uno, para su grupo, para la especie [atributo de «proximidad» o de «probabilidad de impacto psicológico en el Destinatario» del texto periodístico, según el *modelo de situación* que el Destinatario tiene respecto de las amenazas y oportunidades para sí, para su grupo, para la especie]).

### **Correlación.-**

- a) En la perspectiva del *consenso*, el discurso periodístico (según el modelo agenda-setting) contribuye a que la sociedad llegue a acuerdos ya que habla o se preocupa de los mismos temas y con similares atributos<sup>5</sup>. El resultado es en gran medida un presente social de referencia invadido de verosímiles sociales.
- b) En la perspectiva de la *organización* y de las reacciones, y a partir de un determinado consenso en el modelo de contexto

(mapa estratégico en relación a un asunto determinado) el discurso periodístico *motiva, orienta* e inclusive convoca o *exhorta* a una respuesta apropiada al medio (desde su propio modelo de situación).

### **Transmisión de la herencia social:**

El texto periodístico, como todo discurso<sup>6</sup> transmite ideología, representaciones o cogniciones sociales, «guiones». En ese sentido, el texto periodístico es un «producto cultural» o sea, una «variable dependiente de un sistema de variables llamado ‘cultura’...»<sup>7</sup>, que se manifiesta en prácticas históricas específicas, espacio-temporales, geográfico-culturales, un conjunto de fenómenos bautizados genéricamente como *periodismo*. Ello implica que «aunque biológicamente el destinatario realice la tarea de decodificar, de seleccionar el sentido, en el hecho está siendo manipulado a control remoto por la cultura emisora. Así, el destinatario es enajenado en su facultad de semiotizar, de construir discurso, de producir significación. En el periodismo occidental de masas el destinatario no habla, es hablado por el sistema cultural que comparte y por quienes ejercen el poder de posicionar sus unidades culturales en ese sistema (...) no sólo el destinatario es ‘hablado’ sino también el propio periodista»<sup>8</sup>.

### **EL PROCESO DE “PERTINENTIZAR LOS SUCESOS”**

Al igual que todo sistema informativo (que requiere atenuar la incertidumbre que le provoca la ocurrencia de un suceso, por medio de «una integración de esta información a un sistema ya conocido y codificado, lo que le confiere un valor de pertinencia, es decir literalmente de pertenencia [haciendo, por el lenguaje] compatibles con sus códigos los datos «que no pueden asimilar»<sup>9</sup>, el sistema periodístico pertinentiza [asimila hace propios, fagocita, digiere] aquellos sucesos que percibe y conoce.

Es decir, *reduce* a algo conocido por medio de la *asimilación analógica* (la similitud, la semejanza), y otros mecanismos generales de modelado tales como la *generalización* (considerar la experiencia como sólo un caso particular de una categoría total); la *eliminación* (prestar atención selectiva a ciertas dimensiones de la experiencia excluyendo otras, reduciendo el mundo a dimensiones que parecen más manejables), y la *distorsión* (usar la fantasía o imaginación para hacer cambios respecto de lo percibido).<sup>10</sup>

Dicho de otro modo, cada medio le aplica al suceso el conjunto epistémico compartido (CEC) propio de la formación cultural de la que es materialización y produce un texto pertinente a su modelo<sup>11</sup>. «En gran medida nuestra representación del mundo determinará lo que será nuestra experiencia de él, el modo de percibirlo y las opciones que estarán a nuestra disposición al vivir en el mundo»<sup>12</sup>.

En este proceso de *pertinentizar*, el periodismo puede:

- a) *Trivializar*.- (Dicc.: restar importancia, novedad, hacerlo vulgar: común y sabido de todos. Sinónimo: banalizar) «Cristóbal Colón creyó llegar al Japón, China o las Indias y Moctezuma creyó ver el retorno de Quetzalcóatl»<sup>13</sup>.
- b) *Situar*.- (Dicc.: Poner en determinado sitio, situación o posición). Es decir, poner en un contexto que dará sentido y valor a un suceso como función [variable dependiente] de ese entorno. Configurar el «hecho» [versión discursiva del suceso] en relación con ese mapa de intereses y de interacciones que es el «modelo de contexto»<sup>14</sup>. De algún modo equivale a estrategizar, a reducir, a someter el suceso en su riqueza subordinándolo a una estrategia determinada, al servicio a su vez de personas o grupos específicos: (expresiones como *puta, indio, negro, lesbiana, terrorista, desviacionista*, en las escrituras racistas, discriminatorias o políticas connotan no sólo descripción sino que además, juzgamiento y condena<sup>15</sup>. Lo mismo suele ocurrir al construir discursivamente un hecho: «Lesbiana y Asesina... « tituló en enero último el tabloide sensacionalista chileno *La Cuarta*).
- c) *Naturalizar*.- Escamotear a un suceso su origen histórico, social, y al configurar el «hecho» presentarlo como «natural», como propio de la naturaleza de las cosas, como «ley eterna».<sup>16</sup>
- d) *Fetichizar*.- Distorsionar los sucesos trocando su carácter: «En el fetichismo los hombres vivos se metamorfosean en ‘cosas’ (‘factores de producción’) y las cosas viven. Así el dinero ‘trabaja’, el capital ‘produce’. De igual modo el medio de comunicación ‘actúa’...»<sup>17</sup> Cuando en un diario titulan: «La violencia eleva mortalidad rural» se está fetichizando el suceso al que se refiere.

Todo lo anterior está muy ligado a la *construcción y reconstrucción de verosímiles sociales*: aquello que imita la verdad y asume la apariencia de la realidad en forma de supuestos axiomas y teoremas [derivados de otros supuestos teoremas y axiomas] implícitos o explícitos que se presentan en los textos bajo formas como: definiciones, giros impersonales, énfasis,

normas, asertos avalados por alguna autoridad, presupuestos que se supone compartidos por el destinatario [falacias en general]; se trata de representaciones sociales que no requieren justificación ni están destinados a la comunicación, «aunque constituyan el presupuesto necesario de la comunicación»<sup>18</sup>.

En «las realidades consensuadas, como es el caso del Chile actual, los medios de comunicación contribuyen a crear y recrear los verosímiles presentes en lo social con un trabajo genérico y estilístico acorde con la aceptación y la autocomplacencia impulsadas por el modelo neoliberal. Los temas más jerarquizados de los noticieros son los deportivos y los entretenimientos -comentarios sobre telenovelas, cifras de producción, etcétera- además de los datos sobre éxitos macroeconómicos. El estilo será asertivo y triunfalista»<sup>19</sup>.

## LA INTERPRETACIÓN LIBERADORA

Lo contrario de *pertinentizar* es la capacidad de «detectar *sucesos indicadores de futuro*», no ceder ante la incertidumbre, sino poner como valor en juego la búsqueda creativa y liberadora de perspectivas nuevas, de criterios contextos e interpretantes nuevos que puedan aportar la probabilidad de sentidos no usualmente considerados o imaginados. Para ello se requiere: (al menos como punto de partida):

- a) Procurar liberarse de los obstáculos del engaño de la experiencia básica<sup>20</sup>. ¿Qué tareas implica esto a los periodistas? ¿Qué retos?
- b) procurar liberarse de la «predeterminación del conocimiento que implican los paradigmas -en el sentido de Kuhn- que actúan como razón o motivo para buscar una determinada forma de información, y no otra, y valoran y jerarquizan un conjunto de hechos a partir de reglas preestablecidas. Estos paradigmas equivalen, a mi juicio, a un conjunto de variables relacionadas entre sí, cada una con pesos ya ponderados, las que al ser rellenas de un determinado modo, muestran una visión del suceso, pero sólo la visión que permite ese tramado de variables. Sin embargo, es posible que no todas las variables hayan sido consideradas, y que estén relacionadas de un modo equivocado, y que los pesos de cada una no sean los correspondientes al fenómeno»<sup>21</sup>. ¿Cómo los medios periodísticos y en particular los periodistas pueden tomar conciencia de los paradigmas, detectar su presencia en los discursos de sus fuentes y en sus propios textos?
- c) Procurar liberarse de las predeterminaciones que implica la ideología: «las normas básicas, los valores y otros principios destinados a la consecución de los intereses y objetivos del grupo, además de a la reproducción y legitimación de su poder»<sup>22</sup>. (Vale la pregunta anterior aplicada a este punto).
- d) Flexibilizar los *guiones*<sup>23</sup> y tener modelos de situación más ricos y relativos como interpretantes.

Al decir procurar liberarse, digo tener conciencia de las limitaciones que todo lo anterior implica y, al enfrentarse a un suceso, hacer lo posible por abordarlo de un modo diferente y variado.

## PRINCIPALES DEBILIDADES DEL PERIODISMO LATINOAMERICANO

### **Adicción a las fuentes oficiales:**

El periodismo chileno (en materia de drogas y narcotráfico) parece adicto a las fuentes oficiales (24). En los Estados Unidos «la mayor parte de las noticias proviene de canales ‘oficiales’»<sup>25</sup>. América Latina «los reporteros dependen principalmente de fuentes oficiales que ofrecen información represada en las oficinas públicas.»<sup>26</sup>.

«Para muchos periodistas de la región, en ciertos casos, la única alternativa para conseguir información es trabajar en equipo con jueces y funcionarios de gobierno, que se ven presionados a investigar, o arriesgan su empleo para dar a conocer los secretos que están a su alcance. Esta práctica se ha extendido particularmente en los trabajos periodísticos sobre desapariciones y masacres en Perú, Chile, Argentina y Colombia»<sup>27</sup>.

La prensa en [EEUU] aprendió a practicar un respetuoso desdén hacia la versión oficial»<sup>28</sup>.

### **Costo económico para los diarios**

«Agobiados por la recesión económica y la competencia de la televisión, muchos periódicos de Estados Unidos ya no pueden darse el lujo de tener a un grupo de periodistas dedicado exclusivamente, durante varios meses, a recolectar información para una investigación de su propia cosecha»<sup>29</sup>. Un grupo de 18, entre 63 periodistas investigadores de Argentina, Bolivia, Colombia, Chile, México, Panamá, Paraguay, Perú, Puerto Rico, Uruguay y Venezuela señalan como obstáculo [el segundo más frecuente] para el periodismo de investigación que su medio «no tiene suficientes redactores para poder asignar uno o un grupo a la investigación de un caso»<sup>30</sup>.

### **El compromiso de los medios de comunicación con grupos económicos y políticos:**

Quince de entre ese mismo grupo de periodistas investigadores señalan como obstáculo [tercero más frecuente] las «advertencias de los jefes y propietarios del medio de no investigar temas que puedan perjudicar a anunciantes, familiares, amigos personales o dirigentes políticos»<sup>31</sup>.

El 45% de los periodistas argentinos recibió alguna vez directivas «desde arriba» para que no escribiese o se refiriese a algún tema o persona en particular<sup>32</sup>. Los más presionados son los de las secciones Información General y Economía<sup>33</sup>.

En un seminario realizado en Uruguay «se destacó que cuanto mayor es el grado de compromiso de las empresas periodísticas y de los periodistas con los centros de poder más se obstaculiza el seguir una investigación»<sup>34</sup>.

### **Superficialidad e irrelevancia, trivialidad:**

“... por andar galanteando con personas y temas triviales, por estar poniendo micrófonos en boca de afamados expertos, por buscar noticias desde el teléfono y por el temor de aburrir a los lectores con temas muy técnicos, la prensa ha llegado tarde adonde debía haber estado primero, y se ha perdido los grandes escándalos de corrupción de los últimos años [...] la prensa se deja deslumbrar por estrellas fugaces, mientras en sus narices se fermentan fraudes; así ocurrió con Donald Trump, el ostentoso y egocéntrico urbanizador cuya fama de millonario precoz terminó sepultada por una avalancha de deudas y líos financieros. Por lo menos durante quince años Trump gozó de una prensa lisonjera (...) que prefería averiguar los nombres de las modelos con quienes salía en lugar de buscar el origen de su fortuna»<sup>35</sup>.

### **Se prefiere el periodismo del día y de relaciones públicas:**

«En México [y «en el resto de Latinoamérica»] los periódicos están concebidos para cubrir acontecimientos del día, recitar comunicados de prensa y amplificar las declaraciones oficiales, pero no hay espacio para el análisis y la profundidad»<sup>36</sup>.

### **La creencia de que el papel del periodista es sólo informativo:**

El periodista argentino promedio (44,4%) «cree profundamente en que al periodista le cabe en esta sociedad el papel de ‘sólo informar’ ... y la afirmación de que debe cumplir una función crítica (28,8%) «no le disgusta, la sopesa, la baraja, pero finalmente la descarta. La función crítica -argumenta- es coyuntural, por lo tanto no es un papel»<sup>37</sup>.

### **Falta de especialización en disciplinas específicas:**

«La extrema dependencia de los periodistas respecto de sus fuentes (...) parece ser un efecto directo de la nula especialización con que los periodistas egresan de sus estudios superiores, y de las dificultades que encuentran para progresar en ellas en el ejercicio laboral...»<sup>38</sup>. Es necesario que el periodista adquiera «noción básicas y a veces no solamente básicas en áreas como economía, sociología, jurisprudencia, ecología, idiomas, etc.»<sup>39</sup>.

### **El multiempleo y la dependencia de las fuentes:**

«En el taller también surgió la preocupación por las condiciones de trabajo de los periodistas quienes muchas veces debiendo recurrir al multiempleo terminan trabajando para organismos estatales o dirigentes políticos sobre los cuales luego como periodista eventualmente tendría que informar»<sup>40</sup>.

### **Los temores de la prensa en democracia:**

“...encontramos a los nuevos medios de comunicación en la democracia tratando de asimilar por un lado, las nuevas tecnologías, y por otro lado, la distinta situación que había en la sociedad, y por eso la prensa se retrasa en asumir su posición dentro de una democracia. Ya vimos en Argentina el síndrome del olvido, el temor a abrir heridas de la dictadura; en Uruguay: una decadencia total, (...) han desaparecido verdaderas instituciones del periodismo uruguayo y latinoamericano, como la revista Marcha o el diario El País (...); en Bolivia: una especie de estupor, de no saber qué hacer con la llegada de la democracia...»<sup>41</sup>.

## **PRINCIPALES AMENAZAS AL PERIODISMO EN AMÉRICA LATINA**

### **El soborno:**

... el 57% de los periodistas [en Argentina] alguna vez sufrió un intento de soborno»<sup>42</sup>. Los intentos de soborno provinieron de grupos económicos (según el 52.6% de quienes sufrieron la oferta), de algún grupo político (el 35,1%) y del gobierno (12.4%). Y las secciones más tentadas por los grupos económicos son Economía, Espectáculos, Redacción y Política Nacional.<sup>43</sup>

En la clase empresarial [chilena, es] frecuente: la cooptación mediante estrategias ‘amistosas’ de las simpatías de los periodistas...»<sup>44</sup>.

«No profundizaré aquí en la vieja práctica de los periodistas sobornados, aquellos que reciben dinero en sobres, práctica que continúa vigente, sobre todo en periodistas políticos, y aún en los deportivos, algunos de los cuales son asalariados de los clubes. Esta práctica, extendida en Colombia y en varios países de América Latina, no ha desaparecido del todo aunque la creciente profesionalización de los comunicadores la ha hecho retroceder»<sup>45</sup>.

#### **El mal periodismo de investigación:**

«Es el caso de muchos reporteros que viven exclusivamente de las denuncias ajenas y posan como periodistas investigadores; su trabajo se limita a poner la grabadora en la boca de quien más grita y más acusa, no importa lo que grite y a quién acuse [...] es el hábito de publicar denuncias que casi siempre tienen su origen en acusaciones apresuradas de sectores de la sociedad en pugna»<sup>46</sup>.

#### **Intimidaciones, represalias, asesinatos, mecanismos disuasivos:**

Once de los 63 periodistas investigadores latinoamericanos respondieron que «las amenazas de muerte, represalias, intimidaciones» son un obstáculo al periodismo de investigación (y siete de ellos lo señalaron como el segundo obstáculo en importancia)<sup>47</sup>.

«Aunque en Uruguay afortunadamente no han sucedido episodios de apremios físicos a periodistas o asesinatos, cosa que sí ocurre en otros países de América Latina, se han registrado diversas formas de presión que los investigados ejercen sobre los medios y/o periodistas», como amenazas directas o veladas.<sup>48</sup>

#### **Culto al enigma oficial:**

Si por un lado los medios y sus periodistas suelen ser adictos a las fuentes oficiales, por el otro «los gobiernos latinoamericanos han sido muy efectivos en inculcar a sus servidores de todos los niveles la idea de que cualquier acción del Estado es secreta. Desde la portería hasta el despacho del ministro se profesa un férreo culto al enigma oficial que lleva a los funcionarios a rechazar de plano y sin discusión cualquier petición de los ciudadanos de conocer documentos [...] las entidades del gobierno se empeñan en volver confidencial lo que por ley no lo es»<sup>49</sup>. Un grupo de veinte de entre 63 periodistas de los países antes mencionados señaló como principal obstáculo para el periodismo de investigación “las negativas de las oficinas públicas de entregar documentos o información”<sup>50</sup>.

En Uruguay «una de las principales dificultades para el acceso a la información periodística es la existencia del secreto administrativo. Este se presenta en dos vertientes. Una de ellas atinente a las reservas de las cuestiones de Defensa y de las actuaciones judiciales (no se alude aquí al secreto presuncional que protege a las investigaciones), y otra que se vincula con la arbitraria negativa de la información meramente administrativa, de aquella cuyo conocimiento no perjudica ni al Estado ni a los particulares»<sup>51</sup>. Se añade a esto la habitual «resistencia de los centros de poder a divulgar información en algunos casos caratulada como pública» y que «en general las investigaciones periodísticas encuentran pocos cooperantes en las esferas del poder»<sup>52</sup>.

En Perú, «una de las grandes dificultades para desarrollar el periodismo de investigación es que hay fuentes que son muy reacias a soltar documentación, información y solamente pueden dar trascendidos, que como saben, son simples rumores...»<sup>53</sup>.

En un seminario realizado en Montevideo la propuesta de solución fue la siguiente: «Este taller entiende que se hace necesario y reviste un alto grado de urgencia la aprobación de una ley que establezca el habeas data, mecanismo que obligue a la administración a entregar la información y establezca las sanciones correspondientes para quienes eludan su cumplimiento».<sup>54</sup>

#### **La razón del Estado y sus secretos:**<sup>55</sup>

En Chile los «funcionarios nunca han sido instruidos en la obligación de trabajar con información abierta, sino, por el contrario, en el hábito de negar el acceso a la información. Caso emblemático fue, hace algunos años, el del Ministerio de Relaciones Exteriores, donde una instrucción interna estableció que sólo el Ministro podía conversar con los periodistas»<sup>56</sup>.

#### **El desprestigio sistemático de las opiniones minoritarias**<sup>57</sup>

(A llenar por los lectores)

### **La concentración de los medios:**

«Una excesiva concentración de los medios»<sup>58</sup>, y «opacidad en la propiedad de los medios» (información que es escamoteada del escrutinio público), que en Chile «podría generar una serie de fenómenos centripetos en materia de sesgo o censura informativa, pluralismo y libertad publicitaria»<sup>59</sup>.

### **Pautas culturales que limitan el campo de lo informable:**<sup>60</sup>

(A llenar por los lectores)

### **Las demandas judiciales:**

«El terror que causaron al mundo de la prensa (estadounidense) a principios de los años ochenta, las condenas por difamación, contribuyó a calmar el ímpetu del periodismo de investigación que se vivió en los años setenta [provocó] exagerada precaución legal, aplicada no sólo por los abogados sino por los editores»<sup>61</sup>.

En Uruguay, «ante las inútiles tentativas para desplazar a los periodistas investigadores, se ha practicado bajo el paraguas legal, el comienzo tal vez de una moda: los juicios por difamación e injurias.»<sup>62</sup>

En Chile, «cuatro cuerpos legales mantienen disposiciones altamente amenazantes para la libertad de información y expresión» (La Ley de Abusos de Publicidad, la Ley de Seguridad del Estado, el Código de Justicia Militar y el Código de Procedimiento Penal)<sup>63</sup>.

### **Arbitraria distribución de la publicidad estatal:**

Uruguay: «Principalmente sensible para la libertad de prensa resulta la distribución de la publicidad estatal, librada al arbitrio de la autoridad de turno. Este mecanismo condiciona a los medios y los transforma en órganos meramente comerciales, con olvido de su responsabilidad periodística»<sup>64</sup>.

### **Arbitrariedad publicitaria en general:**

Chile: «La opacidad del mercado publicitario, donde se pueden reconocer (...) los sesgos de carácter político, económico, o social que ejercen algunas agencias de posiciones dominantes en el mercado, como determinados empresarios, todo lo cual tiende a favorecer, predominantemente en el campo ideológico a los medios de derecha, y en el campo profesional a un cierto establishment de los modelos informativos...»

### **La censura por parte de agentes particulares (en el interior de los propios medios):**

En Chile «ha persistido una práctica sistemática de diversos tipos de censura por parte de agentes particulares, ejercida en forma puntual, sin transparencia pública y con ciertos grados de arbitrariedad» (se relaciona con temas «morales»: infidelidad, promiscuidad, homosexualidad, preservativos; temas «institucionales» relacionados con Fuerzas Armadas, Iglesia Católica, Poder Judicial, y asuntos tabúes; y restricciones relacionadas con temas «impropios» o de «mal gusto»). (66)

### **FORTALEZA: Actitud crítica y escéptica ante el poder**

El periodista argentino es más crítico y escéptico respecto de las instituciones y los factores del poder, que la opinión pública y los líderes de ese país.<sup>67</sup>

### **OPORTUNIDAD: La caída de las dictaduras en los 80s y la redemocratización de los 90s:**

«La caída de las dictaduras abre un espacio para la renovación de la prensa y del periodismo en general»<sup>68</sup>.

### **OPORTUNIDAD: El empuje tecnológico (TV, radio, NTI):**

... nos encontramos con fenómenos básicamente tecnológicos que dan lugar a un empuje mucho más acelerado en lo técnico que en lo intelectual, es el caso de la televisión, el auge de la radio y también del periodismo beneficiado por los sistemas de computación»<sup>69</sup>.

## El análisis argumentativo vs. la agenda-setting:

*Agenda-setting Nivel 1:* transmisión de temas u objetos discursivos desde la agenda de los medios a la agenda pública. Los medios no determinan qué decir sobre algo, sino de qué hablar.<sup>70</sup>

*Agenda-setting Nivel 2:* transmisión de atributos del objeto y su jerarquía, desde la agenda de los medios a la agenda pública. Los medios determinan además qué y cómo pensar sobre algo.<sup>71</sup>

En 1993 McCombs y Shaw corrigieron su planteo de 1972 acerca del poder de instalación de la agenda de los medios y afirmaron que «los medios no sólo nos dicen sobre qué temas pensar sino también cómo pensar acerca de ellos, y en consecuencia, qué pensar»<sup>72</sup>

El *análisis argumentativo*<sup>73</sup> es una propuesta que parece útil para trabajar en un periodismo crítico:

Plano sintagmático:<sup>74</sup>

1) Fase de reconocimiento de argumentos:

- Identificar de qué habla el periodismo latinoamericano cuáles son los *objetos discursivos* de sus textos (grandes temas, tópicos, asuntos o focos: figuras o personajes, nociones, hechos y situaciones).

- Establecer cómo están relacionados entre sí en un texto específico (pueden estarlo por analogía, oposición, complementación, yuxtaposición o inclusión).

- Identificar los *argumentos* que son las «determinaciones predicativas que definen y dan contenido a los objetos discursivos atribuyéndoles determinados aspectos, características, funciones o propiedades»<sup>75</sup> (No deben confundirse con proposición o frase, pues una proposición puede contener varios argumentos y un argumento puede estar expuesto en una o varias frases). Es necesario distinguir los argumentos pivotes (aquellos «que se revelan esenciales para el desarrollo discursivo y que no pueden faltar sin que se desmorone la estructura lógica del discurso).

2) Fase de explicitación de la gramática de argumentos:

- seleccionar los argumentos-pivotes y explicitar y diagramar las relaciones lógicas que los articulan y enlazan;

- identificar las estrategias discursivas.

Plano paradigmático:

1) Identificar y explicitar las representaciones colectivas que subyacen de un modo generalmente implícito en el discurso.

2) formular las «leyes» ideológicas subyacentes.<sup>76</sup>

## NOTAS.-

1. El código Noticia/No-noticia implica una noción de noticia de valor periodístico que abordamos más adelante. Ejemplo: aquello improbable que amenaza; o aquello con probable impacto histórico que parece una oportunidad (Nota del autor).

2. Lorenzo Gomis, *Teoría del periodismo, cómo se forma el presente*, Barcelona, Paidós, 1991.

3. Teun A. van Dijk, *Racismo y análisis críticos de los medios*, Barcelona, Paidós, 1997, pp. 29-30.

4. Harold Lasswell, «The structure and function of communication society» (1948) y C. Wright, *Mass communication: a sociological perspective* (1986), citados y comentados por Pamela J. Shoemaker y Stephen Reese, *La mediatización del mensaje*, México, Diana, 1994 (la ed. en inglés, de 1991), pp. 27-29.

5. Maxwell McCombs, *ibidem*.

6. Teun A. van Dijk, *La noticia como discurso* (1980), *La ciencia del texto* (1983) *Racismo y análisis críticos de los medios* (1997).

7. Juan Jorge Faundes M., «Retos que el periodismo plantea a su investigación y enseñanza en las universidades», en Alicia Entel (compiladora), *Periodistas: entre el protagonismo y el riesgo*, Bs. As., Paidós, 1997, p. 406.

8. Juan Jorge Faundes M., *ibidem*, pp. 410-411.

9. Robert Escarpit, *Teoría de la información y práctica política*, México, FCE, 1983 (trad. de Marcos Lara, 1ª ed. en francés: 1981), p. 47.

10. Richard Bandler & John Grinder, *La estructura de la magia I*, Santiago, Cuatro Vientos, 1996 (8ª ed. en español; la primera ed. en inglés: 1975), pp. 33-39; 63-81.

11. Juan Jorge Faundes M. «Retos que el periodismo plantea a su investigación y enseñanza en las universidades», en Alicia Entel (comp.), *Periodistas: entre el protagonismo y el riesgo*, Bs. As., Paidós, 1997, pp. 405-418 (en ese texto se analiza en detalle la implicancias para los periodismos de ser «producto cultural»).

12. Richard Bandler & John Grinder, *La estructura de la magia I*, Santiago, Cuatro Vientos, 1996 (8ª ed, español; primera ed. en inglés: 1975), p. 27.

13. Robert Escarpit, *op.cit.*, p. 43.

14. Es importante tener en cuenta aquí las categorías de «modelo de contexto», «modelo de situación», «guión», «representaciones o cogniciones sociales» e «ideología» de Teun A. van Dijk (Cfr. *Racismo y análisis crítico del discurso*, Barcelona, Paidós, 1997, pp. 37-40).

15. Cfr. Roland Barthes, *El grado cero de la escritura*, México, Siglo XXI, 1985 (7ª ed. en español; la ed. en francés: 1972) p. 31: «no hay ya aplazamiento entre la denominación y el juicio (...) dar lo real bajo su forma juzgada, imponiendo una lectura inmediata de las condenas...»
16. Cfr. Armand Mattelart, *La comunicación masiva en el proceso de liberación*, México, Siglo XXI, 1978 (1ª ed. 1973) p. 32: «*El modus operandi* que tipifica el proceso ideológico es, en última instancia, hacer (...) perder de vista los orígenes del orden social existente, de tal manera que los individuos puedan vivirlo como un orden natural...»
17. Armand Mattelart, *op.cit.*, p. 27
18. Giménez, *op.cit.*, pp. 173-175.
19. Lilia Jorge, “Géneros y estilos periodísticos” en Alicia Entel (comp.), *Periodistas: entre el protagonismo y el riesgo*, Bs. As., Paidós, 1997, p. 341-342.
20. Cfr. Gastón Bachelart, *Epistemología*, Barcelona, Anagrama, 1973 (1ª ed. Francesa: 971).
21. Juan Jorge Faundes M. *op. cit.* Pp. 414-415.
22. Teun A. Van Dijk, *op. cit.* p. 39
23. Teun A. Van Dijk, *ibidem*, p. 38: “son compartidos culturalmente y representan el conocimiento convencional de episodios de la vida social bien conocidos. Así pues, mientras que los modelos pueden incluir información personal y biográfica bastante singular, los guiones son singulares y sociales”. Puede haber un guión sobre guerras civiles y un modelo de situación sobre la guerra civil en un país específico. Al ser informado de un nuevo suceso en ese país lo *pertinentizo* según ese modelo de situación que porta mi mente.
24. Juan Jorge Faundes M., ponencia expuesta en el seminario iberoamericano sobre periodismo, drogas y narcotráfico en Santa Cruz de la Sierra, Bolivia, octubre de 1997.
25. Pamela J. Shoemaker y Stephen D. Reese, *La mediatización del mensaje*, México, Diana, 1994 (1ª ed. En inglés en 1991), p. 264.
26. Gerardo Reyes, *op. cit.* p. 29.
27. Gerardo Reyes, *op. cit.* p. 29.
28. Gerardo Reyes, *Periodismo de investigación*, México, Trillas, 1996, p. 21.
29. Gerardo Reyes, *op. cit.* p. 26.
30. Seminario sobre Periodismo de Investigación, Santiago de Chile, 1993, en Gerardo Reyes, *op. cit.* p. 46.
31. Seminario sobre Periodismo de Investigación, Santiago de Chile, 1993, en Gerardo Reyes, *op. cit.* p. 46.
32. Carolina Barros, en Rosendo Fraga (comp.) *Autopercepción del periodismo en Argentina*, Buenos Aires, Editorial de Belgrano, 1997, p. 37.
33. Rosendo Fraga (compilador), *ibidem*, cuadros N° 32 y N° 33, pp. 94-95.
34. VVAA, *Periodismo de investigación en la lucha contra la corrupción*, Montevideo, FKA y Transparencia Internacional, 1996, pp. 78-79.
35. Howard Kurtz, crítico de prensa de *The Washington Post*, en su libro *Media Circus* (El circo de los medios), NY, Random House, 1993, citado por Gerardo Reyes en *op. cit.* P. 27.
36. Fernando Martí, ex reportero de la publicación mexicana *Unomasuno*, citado por Gerardo Reyes, *op. cit.* P. 51.
37. Carolina Barros, *ibidem*, p. 41, Cfr, cuadro N° 62, pp. 138-139.
38. Ascanio Cavallo, “Obstáculos a la libertad de información en Chile”, en VVAA. *Libertad de expresión en los países andinos*, Lima, FKA, 1995, p. 73.
39. VVAA, *Periodismo de investigación en la lucha contra la corrupción*, Montevideo, FKA y Transparencia Internacional, 1996, p. 80.
40. *Periodismo de investigación en la lucha contra la corrupción*, Montevideo, FKA y Transparencia Internacional, 1996, p. 79.
41. Ted Córdova, en VVAA, “La interacción entre la base política y los medios de información en Bolivia y cómo mejorarla”, en VVAA, *La política de comunicación ...*, *op. cit.*, p. 42-43.
42. Carolina Barros, *ibidem*, p. 38. Cuadro N° 27 de encuesta a la que se refiere, p. 87.
43. Rosendo Fraga (compilador), *op. cit.*, cuadros N° 28 y N° 29, pp. 88-89.
44. Ascanio Cavallo, “Obstáculos a la libertad de información en Chile”, en VVAA. *Libertad de expresión en los países andinos*, Lima, FKA, 1995, p. 73.
45. Pedro Badrán, “La corrupción de la misión periodística”, Seminario Internacional Los Desafíos del Periodismo Hoy en América Latina, Santiago, oct. 1996. Cfr. Artículo en esta revista.
46. Gerardo Reyes, *op. cit.* pp. 36-37.
47. Seminario sobre Periodismo de Investigación, Santiago de Chile.
48. VVAA, *Periodismo de investigación en la lucha contra la corrupción*, Montevideo, FKA y Transparencia Internacional, 1996, p. 59.
49. Gerardo Reyes, *op. cit.* pp. 24-25.
50. Seminario sobre Periodismo de Investigación, Santiago de Chile, 1993, en Gerardo Reyes, *op. cit.*, p. 46.
51. VVAA, *Periodismo de investigación en la lucha contra la corrupción*, Montevideo, FKA y Transparencia Internacional, 1996, p. 81.
52. VVAA, *Periodismo de investigación en la lucha contra la corrupción*, Montevideo, FKA y Transparencia Internacional, 1996, p. 78.
53. Angel Páez, Jefe Unidad de Investigación de *La República*, en Miguel López Ch. *Periodismo de investigación*, Lima, Coordinadora Nacional de Radio, 1995, p. 51.
54. VVAA, *Periodismo de investigación en la lucha contra la corrupción*, Montevideo, FKA y Transparencia Internacional, 1996, p. 82.
55. Consuelo Pérez M. *Los protagonistas de la prensa alternativa: vicaría de la Solidaridad y la fundación de Ayuda Social de las Iglesias Cristianas*, Santiago, Arzobispado de Santiago, FOSIS, 1997, p. 16.
56. Ascanio Cavallo, “Obstáculos a la libertad de información en Chile”, en VVAA. *Libertad de expresión en los países andinos*, Lima, FKA, 1995, p. 72.
57. Consuelo Pérez M. *op. cit.* p. 16.



58. Consuelo Pérez M. *Ibidem*, p. 16.
59. Ascanio Cavallo, "Obstáculos a la libertad de información en Chile", en VVAA. *Libertad de expresión en los países andinos*, Lima, FKA, 1995, p. 70.
60. Consuelo Pérez M. *Ibidem*, p. 16.
61. Gerardo Reyes, *op. cit.* p. 28.
62. VVAA, *Periodismo de investigación en la lucha contra la corrupción*, Montevideo, FKA y Transparencia Internacional, 1996, pp. 59-60.
63. Ascanio Cavallo, "Obstáculos a la libertad de información en Chile", en VVAA. *Libertad de expresión en los países andinos*, Lima, FKA, 1995, p. 67.
64. VVAA, *Periodismo de investigación en la lucha contra la corrupción*, Montevideo, FKA y Transparencia Internacional, 1996, p. 82.
65. Ascanio Cavallo, *ibidem*, p. 71.
66. Ascanio Cavallo, *ibidem*, p. 69.
67. Rosendo Fraga, *Autopercepción del Periodismo en la Argentina*, Bs. As. Edit. de Belgrano, 1997, pp. 25 y 29.
68. Ted Córdova, en VVAA, "La interacción entre la base política y los medios de información en Bolivia y cómo mejorarla", en VVAA, *La política de comunicación ...*, *op. cit.*, p. 42.
69. Ted Córdova, *ibidem*.
70. Maxwell Mccombs, entrevistado en *Cuadernos de Información*, Santiago de Chile, PUC N° 12, 1997 pp. 27-32.
71. Maxwell Mccombs, *ibidem*.
72. Maxwell Mccombs y Donald L. Shaw: "The evolution of agenda-setting research: twenty-five years in the marketplace of ideas", *Journal of Communication*, 43 (2), primavera de 1993, cita de Stella Martini ("Periodismo en los '90: el trabajo sobre una nueva agenda pública") en Alicia Entel (comp.) *Periodistas entre el protagonismo y el riesgo*, Bs. As., Paidós, 1997, p. 158.
73. Gilberto Gimenez, *Poder, estado y discurso: Perspectivas sociológicas y semiológicas del discurso político-jurídico*, México, UNAM, 1989, pp. 168-177.
74. Sintagma: (Concepto Saussuriano): el encadenamiento lineal de palabras y frases en el discurso. Plano *paradigmático*: cmo de oposiciones entre unidades significantes (por extensión, todo sistema estático, no lineal, de nociones, contenidos o enunciados).
75. Giménez, *op. cit.* p. 169.
76. Giménez, *op. cit.* pp. 175-177.