

Los criterios de selección de las noticias en los medios de Ciudad Juárez.

Ernesto Pablo Juárez M.*
Universidad Regional del Norte

*Docente titular de las asignaturas: *Mercadotecnia, Investigación de Mercados, Planeación y Diseño de Campañas Publicitarias*. Licenciado en Ciencias Humanas, con especialidad en Guionismo en Cine, Radio y Televisión, por la Universidad del Claustro de Sor Juana (México D.F.). Maestro en Comunicación (primer promedio de su generación), por la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Autónoma de Chihuahua. Seleccionado becario FOMIX-CONACYT, (Gobierno del Estado de Chihuahua) para la inclusión de su tesis de grado, dentro de la investigación coordinada por el Dr. Ignacio Camargo González, (U.A.CH.) sobre el sistema penitenciario del Estado de Chihuahua.

Resumen

Sabemos que las noticias no son un reflejo de la realidad; son el resultado de un proceso de selección por los periodistas, quienes consideran, desde sus propios intereses, lo que es susceptible de ser informado. Las noticias son entonces relatos que re-construyen los sucesos. Esto nos plantea un problema: ¿qué y cómo es lo que se informa?, por lo mismo ¿qué es lo que se deja de informar?.

La ponencia da cuenta de los principales hallazgos de mi tesis de maestría, que indaga desde el discurso explícito de tres periodistas entrevistados, los criterios -valores-noticia- (Wolf, 2005) de lo que se considera 'noticiable' por parte de los editores o gerentes de noticias: uno de prensa, uno de TV y uno de Radio, de medios con alta audiencia y circulación en Ciudad Juárez, Chihuahua. Para ello, desde la perspectiva de la *teoría del gatekeeper* (White, 1950), establezco dos nuevas tipologías: *selector subordinado* (subordinate gatekeeper) y *selector ejecutivo* (top gatekeeper) Así también, propongo dos nuevos valores noticiosos: el *valor de la derivación* y el *valor de la diversificación*. Todo ello, a partir del caso, de los eventos en el CERESO (la penitenciaría local de Ciudad Juárez) en el 2007, caracterizado por múltiples revueltas sin precedentes en frecuencia e intensidad. Entre otros hallazgos, encuentro la noción de democracia ausente del discurso de los entrevistados; así como evidencia del *feedback* que reciben mediante: Internet, correo de voz y los índices de audiencia, que sugiere la reconsideración de la tesis de Philip Schlesinger (1978), de que el periodista no toma en cuenta a su público.

Presentación.

El punto de partida de este reporte, considera que las noticias no son neutrales, mucho menos objetivas, sino historias cuyas fuentes son los acontecimientos de la realidad, que reciben todo un proceso de filtro por quienes se encargan de hacerlas públicas: los periodistas.

La noticia, como producto, es entonces el resultado de varios factores entre los que se encuentran: los procesos de selección llevados a cabo por los periodistas, (Barzilai-Nahon, K., 2008) las condiciones de producción, los formatos y las líneas editoriales de los propios medios. A partir de esta visión, es importante conocer los criterios de quienes deciden hacer, de-algo-que-sucede, una noticia.

Así es como indagué en los criterios de los periodistas, el porqué de la preeminencia de eventos, como los sucesos del CERESO (Centro de Readaptación Social: penitenciaría local) en nuestro caso, y que pueden, por extensión a su característica violenta, aplicarse a otros como los feminicidios, y las ejecuciones del narco con su secuela de impunidad delictiva en el contexto actual que ilustran las ocho columnas de la primera plana de *El Diario* de Ciudad Juárez:

Guerra de Calderón sólo deja más muertos.

30 de abril, 2010.

(...) en los 28 meses -a partir de enero del 2008- que lleva este despliegue militar y federal en Ciudad Juárez, han perdido la vida de manera violenta más de cinco mil 200 personas, es decir, un promedio de 186 víctimas cada mes, o al menos seis cada día.

La estadística de *El Diario* muestra que ni aún la llegada de miles de efectivos del Ejército Mexicano o de la Policía Federal ha podido disminuir la cantidad de matanzas y que, por el contrario, más bien ha coincidido con el vertiginoso aumento en el fenómeno que ha convertido a Juárez en la ciudad más violenta del mundo. (Rodríguez, página 1, sección A).

En el acercamiento al problema, se contempló al emisor: el periodista, particularmente desde su propio discurso explícito. Esto pudiera servir a otros estudios (como son los de contenido y efectos de los mensajes) que lleven a configurar un planteamiento del problema más general, en el sentido de la representación de sociedad que se construye en Ciudad Juárez, a través de la opinión pública mediada por los informativos locales:

(...) cuando se piensa en el estudio de la de producción de noticias, se piensa básicamente en una perspectiva de análisis rutinas y procesos de manufactura en

que intervienen periodistas, editores, fuentes y otros actores sociales involucrados en la generación de contenidos informativos; perspectiva en la que la actividad periodística no es entendida como una labor objetiva y las noticias no son vistas como un reflejo de los hechos sociales, sino como productos informativos a través de los cuales se realiza una construcción social de la realidad (Cervantes: 2005, 93)

En nuestro caso, dejamos de lado la cadena de todo el proceso productivo que inicia con el reportero y termina en la mesa de redacción; que cataloga y decide lo que se hará público; para centrarse en aquél que toma la decisión de lo que es publicable: el *gatekeeper*, selector o guardabarreras,¹ que he dado en llamar *ejecutivo* (top *gatekeeper*) para diferenciarlo del resto de los trabajadores de la noticia a los que he denominado *subordinado* (subordinate *gatekeeper*).

Busqué la naturaleza del hecho noticioso para los periodistas juarenses y, por lo tanto, qué es lo que hace que se comprometan recursos extraordinarios como: el número de reporteros, transmisiones desde el lugar etc., en la cobertura noticiosa de un evento como las revueltas del centro penitenciario Y por último, aunque marginalmente, intenté acercarme a las consideraciones éticas en el contexto del ejercicio profesional periodístico juarense.²

Así es como pretendí una reflexión sobre los excesos, entendidos como una sobrecobertura y discriminación de eventos que también tienen características para ser considerados importantes, para que pueda surgir una valoración, por parte de este gremio, sobre el *equilibrio informativo* que Klibis Marin define:

Como la representación de la realidad a través de la construcción de noticias, desde la pluralidad de sus fuentes y el rigor en su tratamiento. Una noticia equilibrada es aquella que, apegada a la equidad y veracidad, permite al usuario construir su propia realidad sobre un hecho informativo determinado. (Marín: 2008, 39)

Es mi intención, que la exploración de este criterio y de otros asociados al periodismo de calidad lleven, a los periodistas de Ciudad Juárez, a establecer las directrices sobre su responsabilidad, que por ahora están ausente de cualquier

¹ Una de las traducciones al español del término *gatekeeper* es *guardabarreras*, aceptada por los investigadores mexicanos: Cecilia Cervantes y José Carlos Lozano, a partir de Miguel Alsina (1989), que también acepta el término *selector*, mismo que aparece en la traducción en español de la obra de Ben Bagdikian (1977). Utilizo cualquiera de los términos en forma indistinta.

² Lo juarense refiere a características concretas, como primer contexto de mediación (Barbero en Orozco, 1997), en el que el proceso de selección se realiza: una cultura específica.

documento de la asociación que agrupa a la mayoría: la A.P.C.J.,³ ellos son quienes tienen el delicado encargo de presentar a la sociedad, en forma de noticia, los asuntos que deban ser considerados en perspectiva por la opinión pública. El gremio periodístico debe tener presente las repercusiones que la misma agenda de los medios pueda tener sobre la sociedad misma y el gobierno. (McCombs, 2006).

Cabe mencionar que los estudios sobre el periodismo, hasta ahora, habían sido prácticamente inexistentes en la investigación académica de Ciudad Juárez. Sólo se tiene el antecedente de una tesis de maestría: *Noticias y culturas en Ciudad Juárez* de Leticia Castillo (2001), un estudio exploratorio con enfoque holístico de los usos y efectos de las noticias en ciertos segmentos de la población. Interesante, por cuanto establece los primeros temas para la reflexión sobre el ejercicio del periodismo juarense; hemos tomado algunos de ellos en consideración.

Así, el objetivo de esta investigación, ha sido explorar los criterios de los periodistas sobre la cobertura de hechos violentos (nota roja), como los enfrentamientos ocurridos en el 2007 en el CERESO local, tomando como punto de partida los tres medios juarenses de mayor influencia en: radio, TV, y periódico.

Este trabajo buscó respuestas a ¿por qué los medios informativos dedican una cobertura excesiva cada vez que se dan incidentes violentos como los del CERESO, y discriminan otros que también son susceptibles de ser informados?

De aquí que se desprenden otras interrogantes: ¿Son los mismos criterios los que prevalecen en todos los medios -reacción inercial- al evento o se da una diferenciación? ¿Existe alguna fórmula que el medio aplica en específico al tratamiento de este tipo de incidentes y qué persigue con ello? ¿Todos los medios dedican los mismos recursos de acuerdo a sus capacidades o se asignan recursos adicionales a esta cobertura? Aún cuando este tipo de incidentes recibe un tratamiento generalizado, ¿se da la percepción en los *gatekeepers* de que esto genera algún incremento en audiencias (*rating* o circulación) en especial para su medio? ¿Qué pasa con los otros asuntos de la agenda informativa que tenían un curso “normal” de cobertura? ¿Qué consideraciones éticas existen a la hora de

³ Asociación de Periodistas de Ciudad Juárez.

cubrir la nota, en especial aquellas relacionadas con la protección de las víctimas y sus familiares?

Se trata pues, como lo propone Stephen Reese (2001), de resolver las mismas preguntas que se plantean en los inicios de la investigación sobre “la producción de las noticias de los 1950’s, que son tan importantes ahora como lo eran entonces: ¿cómo funciona y en el interés de quién?” (p. 654).

Se trabajó sobre la premisa, de la existencia de un criterio generalizado en todos los medios en el que, incidentes como el CERESO, se consideran “la nota del día”, por la relevancia que alcanza en sus audiencias; por lo que, aún cuando ya se han dado cuenta de las causas generales del conflicto, en cada ocasión que estos eventos se presentan, parece darse la inercia de cubrir lo negativo.

No puede entenderse los hallazgos de esta investigación sin el contexto de violencia en el que se desarrolló y que vivimos desde inicio del 2008:

En medio del más del millar de homicidios, se asesina al reportero Armando Rodríguez de la sección policiaca de *El Diario*⁴ en noviembre del 2008, cuando se disponía a llevar a la escuela a su pequeña hija que sobrevivió al ataque.

Así es como, el discurso compuesto por mis preguntas y sus respuestas, no está exento del contexto de violencia que, tanto en mi persona, como la de los entrevistados, originó sus propios *estados cognoscitivos* y por tanto de “disposición al recuerdo” (Van Dijk, 2007), que no ayudaron a una exploración más profunda de los eventos del CERESO en el 2007; casi considerados como triviales en comparación con lo que estábamos viviendo en los distintos momentos de la elaboración de esta tesis. (Juárez: 2009, 59)

Cabe destacar algunas contribuciones que propongo, a las que haré alusión más adelante, en la teoría de los *gatekeepers*, así como en los *valores noticiosos*, en los que la investigación me llevó a su revisión.

Los hallazgos.

A mi manera de ver, desde la perspectiva habermasiana, el periodista se mueve en las tres dimensiones conceptualizadas en su *Teoría de la acción comunicativa* (Habermas, 2005): En la *acción estratégica* cuando vela por los intereses de la empresa o los personales, la venta o el incremento de la audiencia. En la *acción normativa* cuando obedece a las reglas del dueño o las asumidas por la organización. Y en la *acción comunicativa*, cuando se asume como la voz de una

⁴ Matutino de mayor circulación e influencia en esta frontera.

opinión generalizada; buscando con ello la aprobación pública de la información que difunde.

En los entrevistados, no encontré una intencionalidad en la búsqueda de un consenso sobre una sociedad informada para la práctica de una democracia participativa. Así me lo reveló la ausencia en el discurso de la palabra ‘democracia’; fue intencional no introducirla en el cuestionario semiestructurado; no se menciona en la transcripción íntegra de los textos antes de su preselección. No aparece tampoco en las respuestas en el cuestionario previo aplicado a los once *gatekeepers*. Aunque algunos se pronunciaron por la defensa de los débiles (Juárez, 2008) en lo que se denomina la función del *advocate* (Alsina, 1989).

En su discurso, los periodistas se ven a sí mismos como profesionales de la información que ellos mismos procesan. De ver lo que los demás no ven. Toman como punto de partida ‘su saber’, que los legitima como profesionales, porque deben saber narrar los hechos, de tal manera que llame la atención. Así es como nos entregan “su” versión, la versión de un profesional. Una versión mediada por su contexto cultural, que reconoce en primera instancia, aunada a su formación y la propia historia personal. Sin embargo, la identificación con “el otro” (el público) está en juego todo el tiempo:

E1: **Viene a ser muy subjetivo**, ahí sí, ese lector imaginario... no, porque no es **un lector es una masa**.

EPJ: ¿Pero cómo te la imaginas?, ¿Cómo la representas?, ¿Cómo dices, eso va a interesar a mis lectores?

E1: Es como un desdoblamiento, **te pones tú frente a ti mismo imaginándote como lector** (ilustra con las manos como un espejo).

La realidad social envuelve al emisor y receptor en esta dinámica de lo que ‘el otro quiere de mí’ en un desdoblamiento del ‘yo’ como periodista, y el ‘yo’ como público:

E1:(...) lo interesante de éste monitoreo (de la radio) para nosotros como periódico es lo que dice la gente en las llamadas.

E2: Mira, hay una herramienta y un parteaguas en Juárez, en específico, que no se tenía antes, y me refiero a los ratings, que tienen sus bemoles ¿verdad?, porque no es algo perfecto, pero sí te dice lo que la gente quiere ver, que era muy común que una notita que decían los directivos “eso no me gusta” lo ponían hasta el último; llegan los ratings y llega la competencia y la notita que ponías al último, y a lo mejor abres un noticiario con eso, y **ves los resultados qué es lo que la gente quiere ver; te va dando una guía de minuto por minuto por donde tienes que ir, que tienes que tocar y a la misma vez compararlo con tu misma agenda diaria de las fuentes...**

La dicotomía con el ‘imaginado’ (McQuail, 2000) se resuelve y define, como hemos constatado, por el *feedback* que recibe.

E1: Se supone que la nota que pones en primer lugar tiene que atraer al lector, más allá del lector consuetudinario, al lector que no te lee todos los días y se nota, tú sabes porque hay reportes de venta, cuando una nota te dejó más lectores y ahora en Internet⁵ es más fácil porque tienes un **retroalimentador** que te dice cual nota tiene más lectores al día y sabes si hiciste una buena elección o no, o en términos, por ejemplo (se asoma a la pantalla) “Alerta juarenses” es la nota más leída del día...

Así es como enfrenta a sus poderosos enemigos: el desinterés y la saturación de información que proviene del conjunto mediático (su competencia), además de la propia socialización de la noticia que el público hace al formar opinión. Esta noción está presente a la hora de hacer su selección o escoger el texto de entrada (‘cabeza’ en prensa o ‘gancho’ o *teaser* en TV y radio). Su efectividad en la posición ejecutiva depende de saber interpretar estas variables.

Ya no sólo cuenta con su experiencia, sino que además, tiene a su disposición las herramientas según sea el caso: la página de Internet para las notas más leídas o comentarios en el espacio destinado, los correos electrónicos o de voz, los reportes de venta, el *rating*⁶ y los comentarios que de manera personal le hacen los que no pertenecen a su ámbito profesional.

⁵ Se refiere a la página digital que el periódico tiene en Internet como parte de su servicio al público. En esta página se indica las más leídas.

⁶ Los ratings en Ciudad Juárez, llegaron en el 2004, cuando la empresa IBOPE (Instituto Brasileño de Opinión Pública y Estadística) ofreció sus servicios con 80 *people meters* instalados en igual número de TV hogares. Con una estratificación por nivel socio económico (N.S.E.). Cada martes se concentran los datos y son enviados a sus clientes: los medios, con una descripción puntual de las

Encuentro, en contraposición a la noción de Philip Schlesinger (1978), en la que el periodista no toma en cuenta a su público, la evidencia, en el discurso de los entrevistados, que sugiere que el editor actual, cuando dispone de herramientas que le permiten normar su propio criterio acerca de la audiencia o lector; obtiene un *feedback* tanto cuantitativo como cualitativo. Si bien el público es imaginado en un sentido *a priori* a manera de una hipótesis cotidiana de las necesidades de información, ésta luego es corroborada o corregida *a posteriori* por las herramientas del *feedback*. Esto le hace generar nuevas hipótesis, que a su vez dan lugar a marcos referenciales para los criterios de noticiabilidad. Estos marcos referenciales cambiarán en la medida en que los distintos contextos (social, cultural, económico etc.,) vayan evolucionando.

En el discurso de los entrevistados, el valor más privilegiado es el de la proximidad: lo qué más afecta a la comunidad; la relevancia del personaje pasa a un segundo plano.

Los valores noticiosos se subordinan a cuál es el hecho de mayor impacto en la ciudad. Así es como un hecho relevante o de impacto en otra localidad, se ve relegado a un segundo plano ante un suceso local, que a su vez en otros lados no tiene la misma importancia. El periodista privilegia lo local sobre lo nacional o global a menos que estas dos esferas influyan directamente en la cotidianidad.

El editor, hace una clara diferenciación entre lo que es propio informar de lo cotidiano, y su propia agenda informativa; producto de los intereses del medio en el que trabaja o del propio oficio del que se considera un profesional orgulloso. Esta diferenciación es necesaria para distinguir a su medio de la competencia. Aquí el periodista utiliza el valor noticioso que da cuenta de la competencia, y que lo puede proyectar profesionalmente por sus habilidades, ante sus pares o el mismo público, a través de su medio: Es decir, los *eventos entorpecedores* (McCombs, 1996) ‘tienen’ que ser informados, ‘hablan por si mismos’, los *no entorpecedores* son contruidos a partir de la coyuntura, o de contextos presentes o futuros que son previsibles por lo cíclico de su ocurrencia. En esta parte, el riesgo por lograr el

variables *rating* (número de televidentes) y *share* (porcentaje del total de aparatos encendidos que sintonizan un canal determinado), acompañados de la variable *fidelidad* (tiempo que permanece en sintonía en determinado programa o canal). Por su naturaleza, son herramientas cuantitativas que indican variaciones en sintonía minuto a minuto. Estas variaciones se cruzan con el contenido transmitido, y así el periodista se entera de la sintonía que tuvo alguna nota en especial.

interés del público es mayor; aunque la satisfacción por 'la exclusiva' es la recompensa, si el asunto que es informado llega a tener relevancia en la opinión pública, y así lo corroboren las herramientas del *feedback* como lo menciono líneas arriba.

Un hallazgo que me parece importante destacar, en el valor noticioso en función de la competencia, es la 'apropiación de palabras':

E1: (...) por ejemplo "impunidad", que en la cuestión de homicidio de mujeres era una palabra que se la apropió el (otro periódico) en este caso, entonces dices "no quiero usar este lenguaje, quiero usar el propio."

Así, estarán fuera del discurso utilizado, las palabras que se consideran propias de la competencia. En TV, serán el orden de aparición y estilo de cubrir las notas y los espacios o tiempo asignados.

Aun así, el periodista siempre utiliza a otros medios como comparación a su propia agenda: al parecer, el número de notas comparadas entre los medios son "las diez más importantes". Queda pendiente por determinar si hay algún consenso a este respecto.

Encuentro, en cuanto a la noticiabilidad de un evento, que éste tendrá mayor interés del *gatekeeper*, tanto más sea la posibilidad que dé, no sólo para las noticias del día, sino para rastrear las que se deriven en los siguientes días. Por las consecuencias que el hecho tenga en el futuro, o por el número de participantes en ese hecho. Tal es el caso del CERESO, por eso la "sobrecobertura", porque de los recursos y tiempos asignados podrán derivarse otras historias:

E1: ...el impacto que puede tener que esa persona esté afuera... por algo está ahí adentro. ¿Qué concentra el CERESO en su interior? Todas son historias, que a lo mejor, todos los que están adentro fueron en su momento una nota.

Aunado a esto, los eventos más visuales o de los que se puedan obtener más imágenes (fotografías o videos) serán privilegiados en los criterios del selector, y en la radio, de donde se puedan obtener más testimonios de los protagonistas:

E2: Por el número de gente que afecta, hay dos aspectos, los internos... bueno hay tres, los internos y sus familiares, los custodios y sus familiares, las víctimas de la violencia que

dicen: “ahí está el que me hizo esto o me hizo el otro”, son tres aspectos si te fijas, te puedes identificar claramente, entonces cuando hay un motín en el CERESO es como el termómetro de lo que está pasando en el mundo de la delincuencia, se habla de dos ciudades, Juárez y la ciudad del CERESO; por eso tiene mucho interés, hay muchos afectados ahí: los internos y sus familias, los policías y sus familias y las víctimas de esos delincuentes que están a la expectativa de lo que pasa... simplemente te acabo de decir tres.

En los eventos como el CERESO, pueden obtenerse múltiples historias con sus imágenes visuales o auditivas como son: los presos en las azoteas del penal, los familiares en la crispación y angustia por saber de los suyos, las autoridades declarando sobre las causas del conflicto, la crítica de diferentes líderes de opinión sobre la situación irregular del penal, la denuncia de los reclusos sobre la corrupción que viven dentro de esas paredes.⁷ Un filón de información que cubrirá con creces la expectativa de la producción de noticias del día y, en el mejor de los casos, para los subsiguientes también. Bajo este esquema, propongo dos tipologías en los valores noticiosos, que se agregan a los ya existentes (proximidad, impacto, relevancia y de la competencia). Estos valores son: el de *la derivación*, historias que son consecuencia de la historia original, que resultan del seguimiento o secuela de la misma y el valor noticioso de la *diversificación*, por el que se originan nuevas y distintas historias a partir de la historia original. Este valor noticioso, el de la *diversificación*, lo asocio con el género periodístico del reportaje.⁸ Ahí es donde aparecen las nuevas historias que adquieren su propia significación, que junto a otras tejen una nueva interpretación de la realidad social - en un entramado más complejo- de lo que fue el vistazo apresurado de la nota. Sobre mi propuesta de estos dos valores abundo más adelante.

⁷ Todo esto apareció en los medios en el 2007, y queda constancia en el collage de notas que hice de los videos proporcionados por Canal 44 (canal local) de la cobertura de algunos de los incidentes más graves, presentado en el IX Congreso de la ALAIC para ubicar el contexto de mi ponencia en octubre del 2008, y que sirvió de marco referencial al jurado en el examen de grado motivo de esta tesis. Se presenta con esta ponencia también.

⁸ Luis Velázquez, (2004), hace una descripción de este género periodístico en un artículo de la *Revista Mexicana de Comunicación*, “A diferencia de la noticia, que a veces roza la superficie de los sucesos, y de la crónica, que narra a los lectores los hechos simples, el reportaje profundiza en cada uno de los fenómenos descritos.”

Una noticia, de alto impacto y distante, podrá tener mayor interés para el *gatekeeper* en la medida que le permita aplicar el valor de proximidad, al ubicar el evento lejano en el contexto local, es decir, en la medida que logre identificar al público con circunstancias similares en su propio entorno. Como podría ser, informar de las consecuencias que tal o cual evento tendría, si se presentara en la localidad, ya que están dadas condiciones semejantes para que suceda.

E3: Vámonos más a lo local, cómo impacta si viene una devaluación de la moneda, ¡válgame Dios!, claro que te afecta, y sobretodo a Juárez, más que en el centro del país, porque en el centro del país no manejan la divisa americana, pero aquí que tenemos una interrelación con Estados Unidos, yo no sé cuanta gente aquí, pero yo creo que una inmensa mayoría tiene cuentas allá, (se refiere a la vecina ciudad de El Paso, Texas en los Estados Unidos) compra allá, consume allá, es decir, utiliza mucho la divisa, una devaluación evidentemente impacta a un gran número de sociedad, no nada más a clase media, alta, yo creo que hasta los de baja, los que compran segunda⁹.

En el caso de la TV y la radio el periodista poco puede ‘controlar’ en un hecho que se trasmite ‘en vivo’, lo que daría espacio para que se expresen actores que no estaban contemplados en un trabajo planeado y que pudieran contrariar la voluntad del dueño o de terceros que pudieran sentirse afectados. Este es un reto para el selector, pero a su vez, le da la oportunidad de incorporar actores que no estaban considerados en el plan original de cobertura y que derivan así en historias adicionales que podrán ser ‘primicias’ o de plano convertirse en ‘exclusivas’; a las que a su vez podrá darle seguimiento para generar otra historia en fechas posteriores. Esto permite que la rutina de producción pueda alterarse para enriquecer los contenidos, que de otra manera y al cabo de un tiempo, serían monótonos. Con la consiguiente pérdida de interés por parte de la audiencia. Una situación que el *gatekeeper ejecutivo* no se pudo permitir.

En el valor noticia sobre la relevancia de un personaje, como el Presidente de la República, se muestra en los entrevistados el criterio de anteponer el interés general de su público a la importancia del personaje. En el tratamiento discursivo hacia la figura presidencial, encuentro un rechazo al tratamiento zalamero. Así

⁹ Se refiere a los que compran artículos usados en ‘mercados de la pulga’

como el de otorgar espacios predominantes a este personaje, sin importar si su actuación está en concordancia con las expectativas de la población local.

E1: Te sucede, por ejemplo, -y es muy común- con la visita del presidente, es algo extraordinario, el sólo hecho de que venga es noticia, que tan importante es a lo mejor ya no es tan importante porque nunca dice nada , antes eran como ‘muy cebolleras’¹⁰ las noticias , eran ‘las de ocho’ obligatoriamente “llega hoy Calderón” “vino el Presidente” ahora ya no es así, ahora la cobertura es “llega Calderón, pero nos debe esto”, pero ya no es el presidente el-centro-de, sino qué envoltura le vamos a poner a esta noticia...

Es posible que esto sea producto de la misma apertura de los medios a posiciones más críticas del poder; que a su vez, tienen su consecuente en el rechazo de otras prácticas como las notas ‘a modo’ a cambio de recompensas (en dinero, especie o privilegios) a los periodistas que se prestan a ello. Así es como queda de manifiesto en ese distanciamiento expreso que se hace de las prácticas de “la vieja guardia”, como lo expresó uno de los entrevistados, y en el rechazo al tratamiento adulator de los personajes del poder.

A la pregunta de esta investigación sobre las consideraciones éticas, no encuentro que el periodista juarense esté consciente de ello, ni siquiera del tipo de sociedad que re-construye en su trabajo diario, que a su vez incide en la formación de una opinión pública con el mensaje que elabora: la reflexión está ausente en el discurso analizado.

Así es como el público es tratado sólo como consumidor de un producto. Se observa en los valores “lo que le afecta”, sin embargo, los aspectos éticos en ese sentido son soslayados, a lo más ‘ajustados’ a la existencia de un *manual de estilo* propio de la organización (cuando existe), o dejados al libre arbitrio del periodista que los considera en función de su propia experiencia. Quizá esto se deba a que no hay códigos deontológicos en los medios de Ciudad Juárez, y no existe ningún parámetro ético establecido por la asociación que los agrupa (discurso explícito). En suma, no hay una reflexión al respecto de lo ético en la *cultura periodística juarense*.¹¹

¹⁰ Término que alude a ‘dar por su lado’, ser lambiscón.

¹¹ Muy recientemente y debido al al contexto de violencia que vive la ciudad, y al conocimiento de esta investigación por algunos dueños de medios, se ha iniciado una reflexión sobre la

Sabemos, en el caso de la televisión, que la supervisión del contenido es mínima, por la inmediatez de los recursos técnicos como la transmisión remota (McQuail, 2000), esto hace que el editor, salvo indicaciones generales, tenga menos control sobre el contenido, y ajuste su política en cada caso, salvo las previsiones expresas sobre algún asunto en especial que toca los intereses de la organización. De aquí que el selector, depende del criterio del camarógrafo y del reportero en campo, así como de su nivel de preparación, que en algunos casos es deficiente. Dicho sea a partir de la tipología propuesta: el *selector ejecutivo* de la TV depende, en gran medida, del *selector subordinado*. En la prensa, en cambio, el control sobre el *gatekeeper subordinado* es total.

Estos dos criterios son válidos para la radio, dependiendo si la transmisión es simultánea o diferida; el contenido sólo puede ser 'ajustado' cuando no es 'en vivo'. Ahí tampoco se encontró ninguna consideración ética en el tratamiento de la información.

En suma, de acuerdo a estos hallazgos, encuentro que el trabajo del *top gatekeeper* o *selector ejecutivo* -como le he dado en llamar-, consiste en una acción individual y subjetiva fundamentada en la propia experiencia profesional y en el aprendizaje cotidiano -aunado a su preparación, enfoques e intereses- (Lozano, 2007). Aun cuando esta labor se muestre constituida por rutinas profesionales, o implique un trabajo inmerso en una estandarización en la selección y tratamiento de la información propio de la organización. La metáfora del *gatekeeper*, en términos de la crítica que Michael Shudson hace en su *Sociology of News Production* (1997), sobre la insuficiencia de esta figura para la explicación de los criterios en la noticia (Shudson en Hernández, 1997 y en Lozano, 2007), funciona porque hay un individuo que toma la decisión final -en nuestro caso el editor-, y en última instancia el dueño. Lo que corrobora que, aun ante los otros niveles que influyen en el periodista, como son los organizacionales o externos (Shoemaker y Reese, 1996), éste puede tomar decisiones en contra de la propia organización cuando entre alguna de sus convicciones en conflicto:

necesidad de adopción de estos códigos. La prensa, ha suprimido los apellidos de los pies de foto de sociales y a que se dedican, para evitar dar información a quienes extorsionan. Contrario a los primeros momentos de la crisis de la narcoviolencia, la TV trata las imágenes de víctimas con un poco más de discreción y sin tomas cerradas.

E1: No es objetivo el manejo de las notas, eso es un hecho, inciden muchas cuestiones sobre la decisión de “cuál es la de ocho.”

EPJ: ¿Cuáles serían estas cuestiones?

E1: Desde, ¿Cuál es la política de la empresa?, ¿Cuál es la política editorial?, ¿Cuál es la política en relación con los actores que estén implicados en esa información?, ¿Cuál es la relación que llevas con ellos? , es buena o es mala y de esa es buena o mala influye, por ejemplo que se publique en cierto ángulo o con otro, si es buena con uno, o mala con otro, y si es buena o mala porque no publicarla.

Así, argumento que el editor se impone a la organización, cuando tiene el poder para ello, y que -su visión- también está en la omisión de la nota que no fue publicada en el producto final. Todo ello, como resultado de la negociación que ejercita hacia sus colaboradores y con el mismo dueño del medio.

E2: (...) pienso que tu interés primordial es respetar al dueño pero respetar a tu comunidad periodísticamente, ¿qué es lo que haces?, “no me toques eso pues... pero vete a otro que tiene el mismo problema”.

En todo caso, ésta sería la rutina a la que se somete de manera cotidiana sin excepción: la de la permanente negociación (interna y externa). Esta noción se sostiene como parte de la complejidad de una profesión en el contexto de una democracia (Maigret, 2005). Aun cuando la misma noción sea incipiente en nuestro país, con una democracia también en sus comienzos.

La hipótesis de esta investigación, sobre la existencia de un criterio generalizado en los periodistas en el que, incidentes como el CERESO, se consideran “la nota del día” por la relevancia que alcanza en sus audiencias; aún cuando ya se han dado cuenta de las causas del conflicto, en una inercia ‘por lo negativo’, que deja de lado a otros eventos. Se valida en el discurso de los entrevistados y se apoya en los anexos que presento en la tesis de referencia:

E2: (...) qué vas a cubrir, te los voy a poner (en) un ejemplo: tú decides transmitir lo del Presidente de la República, tu competidor abre y transmite lo del CERESO, cuál de los dos crees tu que va estar viendo la gente más, en términos genéricos.

EPJ: ¿Pero cómo determinas ese criterio de que cuál va a estar viendo más, qué es lo importante del hecho noticia, en estos dos hechos noticias? ¿quiere decir que hay una experiencia previa, por ejemplo, en ese tipo de decisiones?

E2: Hay antecedentes sí.

EPJ: ...que te indican ¡esto van a tener más audiencia!

E2: Vamos a poner un ejemplo, cuando hay un motín en el CERESO ¿cuál es el temor más grande?

EPJ: Que se salgan.

E2: ¡Exacto! le acabas de dar en el clavo, tienes experiencia en eso, ¿no? (se refiere a mis antecedentes como reportero de TV) es lo lógico, si hay un motín, se van a salir ¿Cuál de los dos vas a ver más tú en cuanto a lo que te afecta, que se salgan o el presidente que viene a visitar a una maquiladora? ¿Qué te afecta más a ti como teleaudiencia? que se ha vuelto lo mismo, la inmediatez hacia ti, y qué te afecta que es lo mismo (...) te puedes identificar, la afectación...

En este sentido, la rutina de la producción de la noticia se ve ampliamente cumplida y el contenido garantizado para la edición del día, o para seguir hablando de ello en varias ocasiones más (en el argot local 'secuelear' la nota), en este caso lo que he caracterizado como el *valor noticioso de la derivación*, que será el asociado a las consecuencias del suceso.

Además del *valor noticia de la derivación*, el periodista podrá originar otras historias de la historia-origen. Es por esto que encuentro la conveniencia de identificar otro valor noticioso adicional a los citados por los diversos autores (Wolf, 2002; McQuail, 2000; Shoemaker y Reese, 1996) y que llamo *valor noticioso de la diversificación*; que da lugar a una o varias historias nuevas y distintas que puede darse como consecuencia del evento original, o puede 'aparecer' a partir de eventos de gran impacto: catástrofes, sucesos políticos o de cualquier otra índole. Por ej. una política pública adversa al desarrollo de la población aprobada por el Congreso, y alguien como un ciudadano común, que a pesar de ello, se sobrepone en forma exitosa. El mismo evento del ataque a las Torres Gemelas de Nueva York, que originó otras historias distintas al evento en sí, como el heroísmo de algunos bomberos etc., Este *valor noticioso de la diversificación*, es posible cuando

se investiga y analiza algún asunto en particular producto del primer evento. Es en sí otra historia diferente, que a su vez puede *derivar* en sus consecuentes.

El sustento de la reacción en las redacciones, que yo llamo inercial, es porque el CERESO es un ‘filón’ que proporciona notas durante varios días después, en razón de las consecuencias ‘secuela’ (*valor de la derivación*), y del relato del que se desprenden otros relatos que adquieren su propio interés (noticiabilidad), en forma independiente al que los originó (*valor de la diversificación*). Estos valores noticiosos propuestos, independientemente de los de impacto y proximidad, ‘aparecen’ en un *evento entorpecedor* (McCombs, 1996), como los enfrentamientos del CERESO, en donde hay una historia con muchas historias: “el CERESO es el CERESO”:

EPJ: No había visto ese punto de vista: “esos que están adentro fueron noticia antes”...

E1: Sí, la gran mayoría fue noticia, entonces tú ya tienes aquí latente, ¡esta es una noticia! (con énfasis en la voz), aquí estuvo, en el momento en que a ese lo matan, tú ya tienes todo eso, (en el archivo) ya dices éste es el que violó a la niña, se liga y ya tienes noticia y nada más con uno, pero son tres mil, **el potencial noticioso adentro es muy grande**, entonces por eso haces esa cobertura, no es gratuita, es una cobertura porque sabes lo que puedes extraer de ahí, y ha sucedido que el despliegue que haces es tan grande: le inviertes mucho en equipo, gente, etc. y a lo mejor descuidaste y tienes que llenar las páginas todos los días.

Además, queda en evidencia que las personas que aparecen en las historias implicadas en la noticia, no son más que los personajes que desfilan en una interminable re-elaboración de la realidad mediática. A veces, distorsionada por el sensacionalismo (Arriaga, 2002) que provoca el apremio del periodista. Con un público ávido de ser informado, pero en asuntos que son administrados en la medida de intereses que no son claros para el resto de la sociedad. La noticia, así vista, no cumple la función social para la creación de una opinión pública, necesitada en Ciudad Juárez de información equilibrada y de calidad, sólo es el producto de un proceso en donde el empleo -y en casos extremos la vida-, están en el filo de la navaja. Ahí es donde hace falta la reflexión del profesional de la información, como gremio, para rechazar el recurso fácil de provocar emociones;

en lugar de verse como auxiliar en la función de generar uno de los principales 'insumos' de la democracia: el argumento racional (Habermas, 2005).

Estos hallazgos revelan la necesidad de una mayor profesionalización en el periodista juarense. Después de todo, socializamos para formar opinión pública, la mayor parte de la información que nos proporcionan (Park, 1940).

Un buen inicio de ello sería la adopción de códigos deontológicos que establezcan estos parámetros de profesionalismo, y que tengan como consecuencia una mayor calidad en el trabajo periodístico; para una sociedad que requiere construirse más humana, más solidaria con los débiles, más democrática y participativa; con la mira en mejores condiciones de vida para todos los que habitamos en esta Ciudad Juárez... hoy por hoy, *la ciudad más violenta del mundo*.

"Sabemos que no toda expresión e información pueden encontrar acogida en todos los medios de comunicación. Sabemos que la existencia de la libertad de prensa no garantiza automáticamente la práctica irrestricta de la libertad de expresión. Pero también sabemos que constituye la mejor posibilidad de alcanzarla y, con ella, disfrutar de las demás libertades públicas. "

Declaración de Chapultepec,
adoptada por

La Conferencia Hemisférica sobre Libertad de Expresión
celebrada en México, D.F., el 11 de marzo de 1994.

Referencias bibliográficas y hemerográficas.

- Alsina, Miguel Rodrigo (1989). *La construcción de la noticia*, Paidós, Barcelona.
- Arriaga Ornelas, José Luis (2002), La nota roja: "Colombianización" o "mexicanización" periodística, en *Sala de Prensa* No. 45 año 4, Vol. 2
- Bagdikian, Ben (1977). *Las máquinas de información*, Fondo de Cultura, México D.F.
- Barzilai-Nahon, K. (2008), Gatekeeping: A Critical Review, en *ARIST-Annual Review Of Information Science And Technology*-, February, University Of Washington.

- Castillo, Leticia (2001). *Noticias y culturas en Ciudad Juárez*, Tesis de Maestría en Ciencias Sociales, Universidad Autónoma de Ciudad Juárez.
- Cervantes, Cecilia (2005). "El estudio de los productores de noticias: desarrollo internacional y avances de investigación en México", en *La comunicación en México: diagnósticos, balances y retos*, Lozano J.C. editor, CONEIC-ITESM, pp.91-124.
- Habermas, Jurgen. (2005). *Teoría de la acción comunicativa*, Tomo I, Ed. Taurus, México D.F.
- Hernández, María Elena (1997), "La sociología de la producción de noticias. Hacia un nuevo campo de investigación en México", en *Comunicación y sociedad*, núm. 30, mayo-agosto, pp. 209-242.
- Juárez, Ernesto Pablo (Octubre, 2008), "Una mirada a los gatekeepers de los medios informativos de Ciudad Juárez, Chihuahua, en los eventos del CERESO en el 2007. Informe preliminar." Ponencia: *IX Congreso de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación*. I.T.E.S.M., Edo de México.
- Juárez, Ernesto Pablo (2010). *Los criterios de selección y jerarquización de las noticias en los medios de Ciudad Juárez, Chihuahua: Los eventos del CERESO en el 2007*, Tesis de posgrado, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, U.A.CH.
- Lozano, José Carlos (2007). *Teoría e investigación de la comunicación de masas*, Pearson Educación, México.
- Maigret, Eric (2005). *Sociología de la comunicación y de los medios*, FCE, México.
- Marín Mejías, Klibis (2008). *Equilibrio informativo en los medios de comunicación social: ¿una utopía? Instrumento de medición del Equilibrio Informativo para medios impresos, durante procesos electorales*, tesis de posgrado, Universidad Católica Andrés Bello, en Internet: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/_/alma02/95metodo_Klibis.pdf>, (mayo 2008).
- McCombs, Maxwell (2006). *Estableciendo la agenda*, Ed. Paidós Ibérica, Madrid.

- -----, (1996), "Influencia de las noticias sobre nuestras imágenes del mundo" en *Los efectos de los medios de comunicación*, Bryant y Zillmann comp., pp. 12-31. Ed. Paidós.
- McQuail, Denis (2000). *Introducción a la teoría de comunicación de masas*, Ed. Paidós, Barcelona.
- Orozco Gómez, Guillermo (1997). *La investigación en comunicación desde la perspectiva cualitativa*, Universidad Nacional de la Plata-IMDEC A.C., Guadalajara, México.
- Park, Robert (1940), "News as a Form of Knowledge: A Chapter in the Sociology of Knowledge", *American Journal of Sociology*, 45: 669-686.
- Reese, Stephen (2001), "The Roots of Sociology of News: Remembering Mr. Gates and Social Control in the Newsroom", en *J&MC Quarterly*, vol. 78, núm. 4, pp.641-648.
- Rodríguez, Sandra. (2010, 30 de abril). "Guerra de Calderón sólo deja más muertos.", *El Diario*. Página 1, Sección A.
- Shoemaker, Pamela y Reese, Stephen (1996). *Mediating the Message, Theories of Influences on Mass Media Content*, second edition, Longman.
- Velázquez, Luis (Octubre/noviembre, 2004), "Secretos del reportaje", en *Revista Mexicana de Comunicación*, Año 89, No.17.