

La industria de la información no produce un discurso estructuralmente homogéneo, sino un conjunto complejo de géneros y de tipos discursivos. El discurso de la información pareciera ser una construcción de niveles socioculturales muy diferentes y de operaciones de enunciación heterogéneas donde el estatuto del autor aparece comprometido.

EL RELATO DE LA HISTORIA Y LA NARRACIÓN DE LA ACTUALIDAD

El discurso de la información escrita pareciera llenar una función referencial que tiene por objeto hacer-saber sobre la actualidad. Este objeto es la construcción de la actualidad (*ilusión referencial*). Esta *ilusión de referencialidad* parece ocultar sus condiciones de producción, presentando al producto discursivo como una superficie lisa y neutra. En la deontología periodística, el sujeto de la enunciación debe borrarse detrás de una estrategia de presentación de los hechos.

En la construcción de esta *ilusión referencial*, el elemento descriptivo organiza la dimensión déctica o demostrativa del discurso, donde la citación de los lugares, las fechas o las horas es presentada como un efecto de objetividad. En la producción del discurso de la información encontramos la utilización de anclajes testimoniales, que se vuelven una de las formas de estructuración del relato mediático: el medio escucha, como el historiador, una afuera y lo repite: es la posición del medio como **reflejo** de lo social. Coloca una cierta intangibilidad interna al relato de las noticias. Es la posición del medio como **constructor** de la actualidad. La práctica de la escritura profesional liga diégesis y mimesis, testimonio y organización en la producción de ese producto textual final característico que llamamos comúnmente *periódico*.

La construcción de la verdad mediática

Roland Barthes ha señalado un punto donde el relato de la historia pareciera coincidir con ciertas formas de la narración mediática: el *status* del relato es uniformemente asertivo. El estatuto del periódico o si legitimidad como medio de comunicación, es precisamente su vocación de decir la verdad. La expresión de **A. J. Greimas** del **contrato mediático** se refiere al tipo de contrato fiduciario que los medios de información escrita tratan de establecer con sus lectores de modo de hacer aceptar *a priori* la verdad del relato vehiculado por el medio, pero dejándole *a posteriori* la posibilidad de verificación. Es un contrato cooperativo, pero sobre todo crediticio que sirve de marco al desarrollo y actualización de un conjunto de estrategias textuales entre las cuales se situaría la estrategia del autor.

Eliseo Verón, afirma que el **contrato de lectura** concierne al tipo de relación que el medio trata de establecer con su público.

El **contrato mediático** tiene el poder de difundir la narración de los sucesos como significativo privilegiado de lo real pero simultáneamente de lo verdadero. Los medios informativos transmiten lo que se ha decidido previamente: la redacción del diario, las rutinas de selección de material de los periodistas establecen lo que se debe tomar en consideración. La funcionalidad del *gate keeping* en la construcción de la agenda de los medios pone en evidencia uno de los mecanismos característicos de la producción de las noticias.

La naturaleza del contrato mediático y el problema del autor

Las investigaciones de la sociología del trabajo sobre los criterios de la actividad profesional de los periodistas centradas sobre el estudio de los parámetros de *news worthiness* o de las transformaciones de un hecho en un suceso objeto de valor noticia, muestran hasta qué punto la práctica de la escritura cotidiana de los productores del circuito informativo está sometida a restricciones y rituales específicos. Por otra parte, la fuerte presencia de la componente narrativa en el discurso de la información escrita se vuelve no sólo reveladora de la autonomía creciente de los medios sino también de una cierta ficcionalización.

Un relato encuentra su lugar en el género informativo cuando existe una correspondencia entre las proposiciones y los hechos extradiscursivos narrados. Sin embargo, la noción de verdad como adecuación a lo real aplicada a los medios es sospechosa. La percepción que el lector se hace de un mundo real o mundo empírico, independientemente del funcionamiento discursivo y de los sistemas cognitivos que ponen en juego los medios, es una trampa. En el mundo periodístico **la verdad es siempre discursiva**: es el resultado de la coincidencia de los relatos, de la alternancia y del contraste entre las versiones de las desmentidas y las declaraciones, en síntesis, **la verdad es un efecto de discurso**.

El discurso informativo produce un efecto de legitimación de su propia enunciación por medio de la utilización alternada de las fuentes textuales oficiales y extraoficiales (*off the record*), pero sobre todo gracias a la permanente citación de los medios mismos como fuente de información. Debemos agregar también un conjunto de estrategias discursivas (identificaciones, localizaciones y temporalización de los actores y sus respectivos escenarios) con vistas a producir ese efecto de verdad del discurso. Tener el privilegio de contar la verdad de los hechos se vuelve entonces y tópico narrativo y es en este marco donde se desarrollará una de las líneas de fuerza del medio como institución social.

Por su parte en una situación de recepción donde se pueden considerar las estrategias de actualización de los lectores, el consumo de la información escrita es posible porque, paralelamente al establecimiento del contrato de decir la verdad propuesto por el medio, el lector se coloca en una situación fiduciaria según la cual el enunciatario adquiere diferentes grados de credibilidad. Lo que vuelve posible el **contrato mediático** es una relación centrada en la confianza entre la producción y la recepción del medio informativo. Esta posición de adherencia del lector es del orden de lo **pasional**.

LAS FUENTES DE INFORMACIÓN COMO ESTRATEGIAS DE AUTOR

La noticia: un lugar de narración

Es en la producción de la noticia donde se despliegan de manera visible las estrategias del autor.

Escudero llama **noticia** a la construcción particular del discurso de información que selecciona los sucesos factuales y generalmente públicos, en un mundo posible supuesto como real, bajo un formato gráfico-temático establecido e identificable: tiene un título que presenta el topic o argumento principal a desarrollar; este título puede operar directamente con un preconstruido lingüístico y cognitivo compartido con el lector; los copetes que cumplen una función de sumario y un dispositivo muy estable y repetitivo que encuadra los diferentes temas con una articulación elegida por el periódico en función de su formato. Desde el punto de vista del contenido, esta unidad gráfico-textual se organiza alrededor de una línea argumentativa de la cual se ramifican temáticas secundarias o paralelas.

La organización de los elementos que constituyen la noticia se dispone de forma jerárquica y presentan no solamente una linealidad causal propia (temporalidad) sino que incluye un dispositivo de puesta en valor, de síntesis o de comentario. En algunos casos las noticias pueden estar firmadas pero no garantiza que el firmante sea el autor empírico del texto. En las rutinas de producción de las noticias, el periodista es a menudo la pieza final de un complejo engranaje de escrituras y reescrituras a partir de los cables de las agencias internacionales, pero sin duda es él el que toma a cargo la responsabilidad de la enunciación. En otros casos, las noticias son elaboradas exclusivamente con material de las agencias y las características del trabajo productivo de la escritura periodística consiste en un montaje plausible de los hechos que aparecerán finalmente sin firma. Es precisamente esta estrategia la que resulta interesante analizar.

La producción de la noticia como trabajo

Este tipo esencial de relato anónimo se estructura a partir de un conjunto de restricciones que son suficientemente generales: no hay una apelación directa al lector, el autor asume un estilo impersonal de

narrador omnisciente, no recurre al lenguaje familiar sino a una lengua *standard* donde los trazos personales de la escritura, se ideolecto, son anulados detrás de la figura impersonal del se en una escala de despersonalización creciente. Esta fórmula, generalizada por la práctica anglosajona de objetividad coloca al medio como un macroenunciador colectivo que se asume como anunciador ideal.

En las rutinas de producción de las noticias habrá una cierta adecuación entre la frecuencia de un hecho y las frecuencias impuestas por el medio. Otro criterio sería el de la claridad y nitidez de un suceso. Un tercer criterio, el de la proximidad geográfica (*relevance*) concierne el lugar de producción de los hechos. Por último, el criterio de las **expectativas** revela cuáles son las matrices socioculturales que seleccionan un suceso particular para hacerlo entrar en la circulación de las expectativas del público de lectores. Más un hecho satisface este criterio, más tendrá la suerte de ser seleccionado como **noticia**.

Mary Lester ha señalado el trabajo de *gate keeping* que es esencialmente la naturaleza tipológica, centrado sobre una estructura indiferencial de selección e interpretación (noticias duras, noticias blandas, noticias súbitas, noticias en desarrollo, noticias de secuencia). La investigación muestra hasta qué punto el trabajo de producción de las noticias es rutinario e interorganizativo (*interorganizational activity*). El objeto **noticia** es el resultado de un trabajo de encuadre de los hechos: es un marco organizativo, que suministra los dispositivos de imposición de sentido (relevantes/ irrelevantes); un encuadre de normalización del material, como por ejemplo la identificación y la localización, y por último un encuadre narrativo (*framing stories*) que encuentra el ángulo, la perspectiva a partir de la cual se planteará el material. Los sucesivos encuadres narrativos no son una descripción literal de los hechos sino un procedimiento de interpretación que permite descubrir y reelaborar la esencia del suceso mediante el ensamblaje sucesivo de piezas.

La investigación de **Guy Tuchman** subraya el hecho de que la producción de la noticia se inserta en el interior de un trabajo social e institucional propio del periódico, donde los procesos de producción siguen una cadena de montaje correspondiente a una división precisa del trabajo periodístico. No existen las **noticias** sino **sucesos-noticias**, un sistema de transformaciones, de puesta en relieve y de *mise en scene* de elementos: Los periodistas clasifican los sucesos-noticia según las exigencias y las necesidades organizativas (del periódico), en el interior del cual son contruidos los artículos.

Las fuentes de información en la producción de la noticia

Es precisamente porque los criterios de clasificación muestran un universo fuertemente tematizado y organizado que se vuelve indispensable tomar en consideración la **funcionalidad de las fuentes de información para la construcción del contrato mediático en cuanto contrato de confianza**.

Herbert Gans señala que la utilización de las fuentes de información y su repetición refleja la jerarquía del Estado y de la sociedad. En la mayoría de los casos el periodista utiliza una cantidad reducida de fuentes y las utiliza según un criterio exclusivamente práctico: su nivel de eficacia. Se apela a una fuente de información cuando ésta valoriza la noticia y ofrece un alto grado de fiabilidad y de productividad. Por último, se utiliza una fuente de información por su proximidad geográfica con el suceso y con el periodista (fuentes locales).

Otro elemento a tener en cuenta es que si bien la fuente por sí misma no determina el valor de la noticia, estos valores en cambio aparecen implícitos en la información que esta fuente suministra. El proceso de asignación de valor o valorización es inherente al funcionamiento de bases de las fuentes. Se comprende entonces que en el análisis de **Gans** las fuentes informativas más usadas sean otro diario o bien otro periodista, lo que refuerza el efecto de credibilidad de los medios y sobre todo su coherencia como sistema endógeno de permanentes reenvíos.

En las investigaciones de **Cesare Cesareo** la hipótesis de **Gans** sobre la localización de la fuente en pirámide de poder aparece confirmada. **Cesareo** analiza el tipo de correlación fiduciaria y simbólica existente entre la fuente y el periodista. Subraya que el interés de esta relación consiste en el hecho de que la realidad que no

entra en el circuito de las fuentes es cancelada. La investigación de **Miguel Rodrigo Alsina** presenta a la contextualización como una actividad específica de la práctica de escritura periodística. Existiría una preestructuración por parte del periódico por el cual el evento considerado sería portador de un valor nuevo, insertándose para ser rápidamente contextualizado. La fuente se volvería así el marco al que apela el periodista para concretizar su competencia y enmarcar el hecho.

Desde la perspectiva de la construcción del contrato mediático se delinearían dos características fundamentales del sistema de las fuentes: por una parte la autolegitimación del sistema informativo como fuente principal de información y por otra parte la homogeneización de los hechos públicos con un efecto de adición o eco como garantía de credibilidad: el lector puede confirmar en el periódico de la mañana la información que escuchó precedentemente en la radio y que reconocerá en el noticiero de la noche.

Las fuentes textuales como estrategia del autor

Las investigaciones citadas consideran a las fuentes desde una perspectiva empírica, en su funcionalidad con respecto al orden social como si no existiera ninguna mediación entre la fuente y la noticia producida como finalmente aparecen en la superficie del periódico. Sin embargo, la fuente aparece como una construcción del discurso de la información que recubre una estrategia del autor.

Si nos interrogamos sobre la práctica de la escritura periodística, pareciera evidente que las fuentes son un complejo dispositivo textual de mediaciones y transformaciones que va desde la fuente empírica a la fuente como aparece en el nivel de la superficie discursiva de la noticia. La consideración de la fuente en su aspecto empírico participa de la misma ilusión propuesta por el contrato mediático: confundir las diferentes estrategias textuales como uno de los *camouflages* posibles de la escritura informativa. En el pasaje y en la mediación de los hechos en **noticias**, los actores sociales adquieren el estatuto de actantes narrativos gracias a su construcción como fuentes textuales directas o indirectas de la información.

Cuando se trabaja con textos informativos lo primero que salta a la vista es que la totalidad del universo representado está introduciendo en el espacio del periódico a través de un índice específico: la referencia a la fuente informativa. Las fuentes textuales oficiales se presentan utilizando un dispositivo de personalizaciones y los actores se vuelven fácilmente identificables a través de un conjunto genérico de localizaciones y pertenencias. A su vez las fuentes textuales oficiosas pueden no presentar ningún signo directo de identificación y se expresarán en forma impersonal. Esta última estrategia hace difícil la verificación de la información y las fuentes textuales oficiosas se vuelven refractarias a las desmentidas y a las réplicas abriendo el espacio a ese tipo de información polimórfica y proliferante que es el *rumor*. **La fuente de información se vuelve en este modo una función textual.**

La puesta en circulación de un tipo de información que no puede ser verificada marca la función del contrato fiduciario, en el que se establece lo que se vuelve soporte de este tipo de información. El efecto de credibilidad se produce a través de la figura asegurada del experto. La legitimación de la información se realiza a través de un actante textual que no será identificado pero que produce el efecto de un saber necesario.

En síntesis, en la utilización de las fuentes textuales el suceso narrado se recontextualiza en el interior de un tejido discursivo, progresivo, dando lugar a diferentes movimientos textuales de identificación, de puesta en valor o de *camouflage* de los personajes en juego. Y esta reestructuración produce al menos tres órdenes de efectos, revelando su naturaleza estratégica: el **efecto de actualidad** compartido con el discurso de la información televisiva (las fuentes están ahí y nos hablan), el **efecto de veridicción** (el decir la verdad de los protagonistas) y por último, el **efecto de objetividad** (el periodista se oculta detrás de la toma de la palabra de los actores sociales). Este rol permite reconocer una de las características fundamentales del género informativo: la construcción de un espacio referencial percibido como fuertemente actual y al mismo tiempo fuertemente real acercando al medio escrito a la directa televisiva. Son los fragmentos de lo real arrancados al mundo en la expresión de **Eliseo Verón**.

Y a su vez permite el desarrollo de uno de los juegos predilectos del discurso de la información como son las desmentidas, las revelaciones y los rumores. La actividad de la práctica de la escritura periodística organiza un relato donde las fuentes se vuelven los personajes principales a las que se les asigna un programa de hacer-saber, de competencia y de acciones específicas. **La estructura de las fuentes de información propuesta por los medios se vuelve el simulacro de la jerarquía social y, sobre todo, de la estructura y del sistema de los emisores.**

Si la interacción fuente empírica/ periodística resultaba determinante en la producción de la noticia, la interacción entre fuente textual/ construcción de la credibilidad del lector se vuelve clave en la producción de una imagen de la opinión pública. Los medios proponen a sus lectores un pacto de lectura situacional y al mismo tiempo informativo, además de establecer también una gradación de credibilidad. Esto sucede gracias a un *décalage* interno que va desde la referencia a las fuentes textuales oficiales hasta la utilización de un portavoz o del experto, pasando por la imprecisión de la citación de la fuente textual oficiosa. La utilización estratégica de las fuentes textuales se diseña como uno de los elementos indispensables para la construcción de esta relación de confianza que es una de las formas del contrato mediático de la información.

¿Quién es el autor de las noticias?– Acerca del contrato mediático de la información Medios I: Gráficos

– 5 –