

Universidad del Salvador
Facultad de Ciencias de la Educación y de la Comunicación Social

Licenciatura en Periodismo
Trabajo Final de Licenciatura

Ensayo
Cómo construir una noticia masiva
Cuaderno de apuntes para receptores productores



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Flavio Ariel Affonso

Dr. Daniel Sinópoli

6 de noviembre de 2003

¿Cómo nace este trabajo?

El compendio de perspectivas teóricas, incluso filosóficas que pueden encontrarse en el origen de esta investigación cobraron mayor fuerza al ser medidas con el centímetro de las necesidades prácticas.

Ante la necesidad de revertir la situación en la que me encuentro, habiendo cursado, rendido y aprobado todas las materias de la Licenciatura en Periodismo, habiendo comenzado y abandonado la elaboración de una tesina para obtener el título de grado, me dedico en este instante a dar el paso que se presenta como final: la elaboración del Plan de Trabajo Final, y lo hago pese a dos grandes variables en contra: el tiempo y el costo de la matrícula.

Si bien estas dos variables no me detienen, (ya que si hace falta lo perseguiré armado de dedos, armado de precaución, con tenedores y esperanzas, amenazaré su vida con una acción del ferrocarril, lo atraeré con sonrisas y jabón)¹, son dos aspectos que ciertamente determinan el desarrollo del Trabajo Final.

El inicio de este proyecto se encuentra en las recomendaciones finales

Lo primero, que ya estoy haciendo es pensar que lo único que se puede hacer es lo que a uno más le interesa y le gusta, pensando en ello, buscaré qué significación social puede tener algún tema que se relacione con mi formación profesional y ya dados estos primeros acercamientos, no dudaré en utilizar lo necesario para disponer efectivamente del tiempo que me separa de la fecha de entrega.

Me gustaría ampliar mi conocimiento sobre algún aspecto desconocido o transmitir algún conocimiento que poseo, ya que pretendo que la investigación

¹ CARROLL, Lewis "La Caza del Snark. Una agonía en ocho paroxismos" Calatayud – Dea Editores, Buenos Aires, 2ª edición revisada, 1970.

signifique algo para mí, porque si ni siquiera tiene una significación personal, cómo podrá de alguna forma lograr significación social.

La condición primera del trabajo es generar un avance en el conocimiento sobre un tema particular de mi especialidad, o que por lo menos logre un enfoque minimamente renovador sobre un tema determinado de mi formación como futuro licenciado en periodismo, si es que este trabajo logra lo que se propone.

Pretendo perseguir esta condición mediante el ensayo de procedimientos y técnicas innovadoras para el periodismo, una de ellas será utilizar los conocimientos sobre el periodismo científico para divulgar el conocimiento científico que poseen las ciencias sociales, y en especial el periodismo, sobre la construcción de noticias masivas.

Convertir un acontecimiento en una noticia masiva es uno de los procedimientos más cotidianos y básicos de la práctica periodística, la innovación del trabajo es acercarle al lector ignoto, pero inquieto, un compendio de información sobre las rutinas productivas de los medios periodísticos.

Para lograr que un receptor disponga de la información necesaria para conocer cuáles son los procesos productivos de la información, me dedicaré en las páginas siguientes a transmitir los conocimientos que posee el periodismo sobre la construcción de noticias, para que el receptor que lo desee, pueda contar con una guía para producir sus propias intervenciones sociales.

La intención filosófica y necesariamente política del trabajo es aportar un manual de técnicas y conocimientos para generar intervenciones en la realidad social.

Comencemos con la introducción

Las noticias de los medios son nuestras noticias, si lo son, bien podemos repasar, emisores y receptores, lo elemental de la construcción de noticias.

Si existen receptores que se organizan y logran comunicar sus productos o servicios², por qué desestimar el potencial que tienen como comunicadores de información, y no brindarles un compendio de saberes periodísticos sobre la perspectiva de las empresas que son medios de comunicación, sobre las noticias como productos y sobre la información como un servicio.

Si este compendio puede divulgar un conjunto básico o mínimo de los saberes científicos que posee el periodismo sobre la construcción de noticias, quizás alguno de estos receptores tenga la intención de convertirse en un receptor productor de noticias.

Entonces debemos pensar en cuál puede ser la mejor forma de divulgar este conocimiento científico, debemos pensar cómo podemos hacer para que la persona que lea este brevario, comprenda que hay que aprender muchísimo sobre la construcción de noticias, que uno adquiere este conocimiento mediante el estudio, el análisis, la investigación y la experimentación de las variables que conforman este fenómeno de las ciencias sociales.

Que como en todas las ciencias sociales, los saberes del periodismo se basan en un precepto inicial, las variables no son fijas, los contextos se modifican y las estructuras se mueven, estamos en un universo de relaciones comunicativas, en el que continua y permanentemente estamos inhalando y exhalando información, como todo movimiento del organismo, la inhalación y exhalación nos lleva directamente a relacionarnos con nosotros mismos y con los demás, y que por lo general, aunque no lo advirtamos, el movimiento hacia adentro y hacia fuera se da simultáneamente.

² Ver archivos de referencias: com publicitaria y evangélica.

Esta consideración nos lleva a una situación caótica y vertiginosa, a veces extremista e intolerante, pero también nos lleva a la búsqueda de un equilibrio entre estos extremos.

Cuanto más pueda comunicarme conmigo mismo, más podré comunicarme contigo.

Esta frase bien podría haber estado impresa en alguna página de un libro de autoayuda, pero no. Es una frase sobre la búsqueda del equilibrio en una relación comunicativa, equilibrio que será de mucha ayuda si la intención es justamente esa, relacionarnos con otros transmitiendo noticias que sean de interés común.

Quizás la mejor forma de divulgar el conocimiento científico que posee el periodismo sobre la construcción de noticias sea proponiendo un itinerario, un paseo que descubra la participación de los receptores en los procedimientos de los emisores.

Si los medios son empresas dedicadas a generar noticias, ¿cómo podremos nosotros, receptores desorganizados, producir una noticia?

Bueno lo primero es buscarla y organizarse para trasmitirla, cada uno recorre el camino de las noticias cotidianamente, y será bueno recorrerlo nuevamente con el objetivo de encontrar un acontecimiento noticiable.

Este acontecimiento noticiable puede encontrarse en tu casa, en el edificio, en el barrio, en el country, en un viaje en colectivo, en una siesta al sol o en un sueño, cada vez que nos movemos o permanecemos quietos encontramos estímulos y algunos de ellos pueden ser noticias de interés para un gran número de personas.

Este camino de las noticias, cada uno lo recorre singularmente, justamente por eso, las formas que pueden adquirir las noticias de los acontecimientos pueden ser muy variadas y dependen del trabajo del comunicador.

En la calle puedes enterarte que los sábados no pasa el 60, y puedes creer en la veracidad de esta noticia porque le has preguntado a un señor que siempre está en esa esquina de Juramento y O'Higgins y ha sido él quien te ha informado que no, que los sábados no pasa el 60.

Unas cuadras más adelante, cuando llegas a Juramento y Cabildo, otro señor te ha pedido una firma para el Partido de Acción Ciudadana que conduce Seineldín, una firma para decirle No al tarifazo, ahí te das cuenta que si alguno de estos acontecimiento puede llegar a interesarle a un gran número de personas, puedes construir una noticia a partir de ellos.

Luego bajas al subte, porque hoy no pasa el 60, y descubres que el primer tren subterráneo que llega a la estación llega completamente vacío, no se detiene y sigue su camino. Miras para tus costados y ves que hay muchas personas que utilizan el subte, que si indagas por qué sucede esto, las respuestas le pueden interesar a muchos de los que utilizan este medio de transporte. También puedes conversar con los empleados de Metrovías para averiguar qué pasa o recordar esos trípticos que hace unos meses encontraste en los vagones y en los andenes que informaban sobre las malas condiciones de trabajo para los empleados de subterráneos. ¿Los recuerdas? Eran folletos impresos a dos colores, naranja y negro, escritos por un grupo de empleados que informaba sobre la mala ventilación y otras características del trabajo en el subterráneo que lo convertían en un trabajo insalubre, tras esta información, pedían que las autoridades de la empresa considere este reclamo y para ello habían impreso estos mensajes de comunicación, para informar a un número más amplio de personas y lograr generar una opinión pública al respecto.

Podemos decir que la realidad está formada básicamente por dos sustancias: los hechos y las ideas. Cuando pensamos en las noticias pensamos en hechos o ideas actuales que pueden interesarle a muchas personas diferentes, dispersas entre sí y desconocidas.

Este cuaderno busca transmitir una serie de pensamientos sobre lo que sucede cuando pensamos en las noticias no sólo como relatos de hechos o

ideas, sino cuando pensamos en las noticias como relatos de ideas sobre los hechos o las ideas. Vamos a incursionar en otra de las sustancias de la realidad, las ideas sobre los hechos y las ideas que la forman.

Cada vez que una persona hace un relato, cada vez que cuenta algo, está comunicando su posición, dice desde dónde vio lo que vio, desde la fila 9, desde atrás del escenario, desde el escenario, desde la calle escuchó que pasaba algo, esta posición física e intelectual comunica el punto de vista, denota su visión de lo sucedido y lo que para esa persona significa. Cada vez que una persona relata un acontecimiento está comunicando una experiencia personal de la realidad en la que está inmersa y de lo que para esa persona significa.

Si pudiéramos saber cuáles son los procesos internos y externos que llevan a esta persona a elegir qué acontecimiento relatar, cómo hacerlo, por qué elige unas palabras y por qué articula sus palabras en esta frase y no en otra, si pudieramos conocer más a esta persona podríamos comprender mejor lo que quiere decirnos con sus ademanes, podríamos acercarnos a conocer por qué a medida que relata, unas veces nos mira a los ojos y otras nos toca o se ríe, también podríamos intuir qué es lo que no está relatando y seguramente entenderíamos por qué nos está relatando el acontecimiento que nos está relatando, podríamos entender la singularidad de su relato sobre el acontecimiento.

Los ejemplos de estos dos párrafos están en la vida cotidiana y uno puede experimentarlos, puede, en este momento mismo, tomar un teléfono llamar a un amigo y decirle: *-Hola, sabes que dentro de un rato voy a cocinar algo*, y salir a la calle, parar al primer peatón o automovilista y decirle: *-Hola, sabes que dentro de un rato voy a cocinar algo*.

Las reacciones de estas dos personas seguramente serán diferentes, tu amigo quizás entienda que lo llamaste para invitarlo a cenar y la señora de la

esquina no sabés qué va a pensar ni qué va a entender ³ si no te relacionás un poco más profundamente y le das más datos sobre vos, tu relación con la cocina, tus intereses y por qué vas a cocinar algo dentro de un rato. Incluso podrías contarle cómo cocinás vos, para que entienda un poco más qué es lo que significa.

Solamente si estás interesado en entender y la señora está interesada en entender podrá saber qué es lo que significa tu relato, podrá saber por qué se lo decís y qué es lo más importante del relato, podrías contarle que era un experimento sobre un cuaderno de periodismo que estás leyendo. Los relatos, las noticias, son unidades semánticas, unidades que significan algo, y para averiguar este significado, es bueno que lo busques en la relación del que emite y el que recibe, y mirando para los costados para saber algo más sobre el contexto.

Si hacés este experimento vestido de mozo, en la puerta de una pizzería obtendrás una reacción y si lo hacés en la puerta de una facultad, vestido de traje, obtendrás otra reacción de quien recibe tu noticia.

Si trasladamos esta pequeña y demasiado simplista experiencia de comunicación interpersonal a la comunicación social, es más complejo conocer quizás los motivos y el significado de las noticias, pero más simple descubrir los procesos que llevaron a un medio de comunicación determinado a comunicar una noticia determinada en una forma determinada, porque los procesos de construcción de noticias en la comunicación masiva siguen determinadas rutinas productivas y la mayoría de las empresas dedicadas a informar masivamente comparten estos procesos y las personas que estudian estos procesos para trabajar en empresas de comunicación, también aprenden estas rutinas del periodismo.

³ Me ha pasado, muy comunmente que cada vez que veo a un amigo y le digo Hola, buenos días, me dice buenos días y que cada vez que entro a un maxiquiosco a comprar cigarrillos y digo Hola buenos días, compro los cigarrillos y el quiosquero me dice: -Pensé que venías a vender algo. – ¿Por qué? –he preguntado – Por cómo saludaste – me han respondido.

A continuación encontraremos un índice de los temas para tener en cuenta en la construcción de noticias, pero antes conversemos un poco sobre los motivos de este índice y sus orígenes.

El punto de partida siempre es intangible, el inicio se encuentra en una actitud y para que nos entendamos me gustaría recordar la posición de Umberto Eco en un artículo escrito y publicado en 1967, titulado “Para una guerrilla semiológica” ⁴.

Este artículo es un llamado a la acción para incitar a la audiencia, a todos nosotros, receptores de mensajes masivos, a que controlemos el mensaje y sus múltiples posibilidades de interpretación. Propone una estrategia y una solución de guerrilla: *“Es preciso ocupar, en cualquier lugar del mundo, la primera silla ante cada aparato de televisión”* Lo que propone este hombre es la recepción activa de mensajes masivos en un contexto de batalla por la supervivencia del hombre como ser responsable en la Era de la Comunicación, propone que la victoria se logra, no en el lugar de donde parte la comunicación, sino en el lugar a donde llega, cuando el receptor deja de recibir pasivamente la información.

En este trabajo proponemos un método de acción para que estos receptores activos se transformen en productores, ya que no creemos que el mejor punto de vista para entender una relación comunicativa sea entender a un sujeto como emisor y a otro sujeto como receptor, sino más bien lo que proponemos es considerar la relación comunicativa en la que están inmersos el emisor y el receptor de un mensaje masivo, y la posibilidad existente en ambos, de convertirse en receptores emisores.

Lo que proponemos con este cuaderno de divulgación es una nueva forma de relacionarnos con los medios de comunicación masivos, y esta nueva relación lo que pretende es sumar a la relación social, mensajes que comuniquen los intereses de las audiencias.

⁴ ECO, Umberto, “La estrategia de la ilusión”, Editorial Lumen Ediciones de la Flor, Buenos Aires, 1987, p. 181.

Para desarrollar el relato, iremos paseando desde los saberes científicos sobre los temas más generales y alejados como qué es la comunicación social o qué hace el periodismo, hasta saberes periodísticos más particulares y cercanos, como qué son las noticias y qué son los acontecimientos noticiables, para que cada lector encuentre a un receptor en el camino y en este reconocimiento descubra su capacidad de producción de expresiones informativas sociales, se interese por la participación e intervenga en la construcción social de la actualidad informativa.

Hasta aquí llegó el ensayo y aquí comienza el cuaderno de apuntes sobre la construcción social de noticias, un cuaderno de divulgación científica sobre los saberes que posee el periodismo para producir noticias.

El relato comienza en el campo, cerca de dos silos llenos de semillas de soja y la tranquilidad del amanecer, rodeados de césped y sonidos silvestres.

Un grupo de personas está despertándose del sueño, es muy temprano y hoy hay una excursión, irán juntos a hacer una visita, nadie sabe a qué lugar irán, no conocen el camino pero tienen ganas de ir juntos, porque si somos un grupo de personas, siempre vamos a poder relacionarnos para no extraviarnos en el rumbo, cuando uno esté cansado otro podrá decirle *ya llegamos* y cuando uno diga *cuidado con esto*, todos podremos estar prevenidos. Es más difícil, si vamos en grupo, que todos estemos confundidos sobre lo que vemos, siempre alguien tendrá otra opinión sobre lo que significa cruzar el río o subir por esa escalera rota, todas las excursiones en grupo nos dan la posibilidad de que cada uno sume su propia visión y se comunique para que los otros la conozcan e ir decidiendo juntos el rumbo; que disfrutes las relaciones y que disfrutes el camino.

Cuaderno de apuntes para receptores productores



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Una intervención en la construcción de la realidad

Índice itinerario

1. Comunicación social	14
2. Periodismo	28
3. Las acciones de los medios	35
4. La agenda de los medios y la construcción social	44
5. Las noticias	53
6. Las fuentes	66
7. La experimentación	75
8. Registros de expresiones informativas	86

