

Régimen de regulación comunicativa y aproximación mediática a actores políticos: propuesta de dimensiones para su análisis

Abel Somohano Fernández

Departamento de Periodismo

Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana.

Calle G, no. 506 entre 23 y 21, Vedado, La Habana, Cuba. Código Postal: 10400

abelsomohano@gmail.com

Resumen

En este artículo se realiza una propuesta de dimensiones desde las cuales analizar el condicionamiento del régimen de regulación comunicativa sobre los mecanismos de aproximación mediática a actores políticos como objetos de referencia. Para ello se acude a aportes teórico-conceptuales provenientes de la perspectiva de la economía política crítica de la comunicación y el área de la sociología de la producción de noticias, específicamente del análisis de la organización social del trabajo periodístico. Se defiende también la dimensión integradora de posicionamiento estructural, desde la que se intenta comprender los complejos vínculos entre la organización social del trabajo periodístico y el régimen de regulación comunicativa como parte de las condiciones sociales de posibilidad de la orientación simbólica de las instituciones mediáticas en la esfera pública.

Palabras clave: regulación comunicativa, actores políticos, sociología de la producción de noticias, economía política crítica de la comunicación.

Abstract. *Communicative regulation regime and media approach mechanisms to political actors: proposed dimensions for analysis*

This paper proposes some dimensions to analyze conditioning of communicative regulation regime to media approach mechanisms to political actors as reference objects. We attend to theoretical and conceptual proposals from the perspective of the Critical Political Economy of Communication and the area of the Sociology of News Production, specifically the analysis of the social organization of journalism. We also defend the integrative dimension of structural positioning. This is a fundamental contribution to understand the complex links between the social organization of journalism and the communicative regulation regime as part of the social conditions of possibility of symbolic orientation of medias in the public sphere.

Keywords: Communicative regulation, political actors, Sociology of News Production, Critical Political Economy of Communication.

Introducción

Son múltiples los procesos y condiciones estructurales que configuran el accionar cotidiano de los medios de comunicación. Por esta razón una mirada desde distintas perspectivas a la regulación sobre los mecanismos de aproximación mediática a actores políticos es indispensable para abordar las complejidades de los entornos comunicativos, atravesados directamente por las luchas por el poder manifestadas en las sociedades actuales.

Este trabajo se propone como objetivo central establecer una serie de dimensiones para comprender las distintas tensiones regulatorias intervinientes en el accionar cotidiano de los medios en su vínculo con actores políticos asumidos como objetos de referencia. Esta intención general se sustenta a su vez en dos objetivos específicos: a) determinar supuestos básicos para el examen de la regulación comunicativa operante sobre los medios de comunicación, y b) identificar presupuestos conceptuales asociados al estudio de las dinámicas internas de los medios de comunicación en las que se dirime su aproximación al acontecer político.

Para ello se atiende a articulaciones posibles entre aportaciones provenientes de la sociología de la producción de noticias, específicamente del análisis de la organización social del trabajo periodístico, y la economía política crítica de la comunicación (EPC); propuesta sugerida con antelación por otros autores (De León, 2008; Zallo, 2011).¹ A su vez, se comprende al régimen de regulación comunicativa y los mecanismos de aproximación mediática generados desde las propias organizaciones periodísticas, como constitutivos de su posicionamiento estructural, es decir, como parte de las condiciones sociales de posibilidad de la orientación simbólica de las instituciones mediáticas en la esfera pública.

Articulaciones teoricoconceptuales posibles entre aportaciones de la economía política crítica de la comunicación y la sociología de la producción de noticias

La perspectiva crítica constitutiva de la EPC

El examen del vínculo estrecho entre la dimensión simbólica y económica, típico de todo proceso asociado a la comunicación masiva, se ha conformado como centro de una postura cuestionadora en la aproximación analítica a los

1. Ramón Zallo (2011), al atender a varias propuestas teóricas que analizan a la comunicación como proceso social, se ha detenido, entre otras, en las consideraciones de Pamela Shoemaker y Stephen Reese, representantes importantes de la sociología de la producción de noticias, y ha apuntado la pertinencia de buscar un modelo que “además de recoger los aciertos de los anteriores, sea más fino y permita entender la compleja relación de los media con la sociedad y el poder en este período”. En este sentido los aportes de la EPC se hacen necesarios.

medios. Para Graham Murdock (2006b: 38) “todas las formas de comunicación mediada son siempre, simultáneamente, formaciones simbólicas y sistemas económicos, el análisis crítico debe ser un asunto inclusivo y no exclusivo”. Según César Bolaño (s/f: 7-8), un autor que ha defendido la pertinencia de la economía política de la comunicación como alternativa a la construcción de un paradigma general destinado a la explicación de los fenómenos culturales y comunicacionales en el capitalismo, “la especificidad del trabajo cultural es su carácter de mediación simbólica, lo que evidentemente transpone los límites de la economía política de la comunicación (...) Desde el punto de vista epistemológico, eso significa que hay un elemento de orden extraeconómico fundamental para la comprensión de la economía de los medios de comunicación de masa”.

La alusión a las determinaciones económicas de lo comunicativo y cultural ha sido un aporte proveniente de la apropiación de propuestas marxianas en la investigación, lo que ha hecho posible defender “la restauración de todo el proceso social material, y específicamente, de la producción cultural como social y material” (Williams, 2000: 161). La perspectiva de la economía política, de evidente matriz crítica desde los trayectos teóricos originados con Marx, ha contribuido a la explicación de las dinámicas comunicativas actuales a partir de su carácter simbólico y material.

En 1960 Dallas Smythe definía el enfoque de la economía política aplicado al campo de la comunicación como “el estudio de los procesos económicos y las políticas de comunicación, su interrelación e influencia mutua en otras instituciones sociales” (Segovia, 2006: 7). Por su parte, Graham Murdock y Peter Golding referían como objetivo de la EPC el análisis de los medios y la comunicación como mercancías generadas por la industria capitalista. A su vez, Nicholas Garnham abogaba por el estudio de “los modos de producción y consumo cultural” en las sociedades burguesas (Segovia, 2006: 7).

Las propuestas teóricoconceptuales enmarcadas en la EPC se han caracterizado desde su surgimiento por la variedad de posturas. En este sentido se ha señalado la pertinencia de mapear sus orígenes desde los “énfasis regionales” (Mosco, 2006), pues los aportes de los padres fundadores de esta perspectiva provenientes de Europa, Norteamérica y el Tercer Mundo “se diferencian de modo suficiente como para recibir un tratamiento distintivo” (Mosco, 2006: 62) en un recorrido conceptual más extendido.

La economía política crítica de la comunicación ha tenido desde sus inicios la intención de denunciar la dominación asociada a los procesos comunicativos. A diferencia de propuestas provenientes del positivismo o el funcionalismo, la perspectiva de la EPC se compromete a desvelar las estructuras y el funcionamiento del sistema en pos del bienestar colectivo, lo que implica una defensa de la distribución justa de los recursos y sus usos. La atención al contexto histórico, su orientación hacia una filosofía moral, el examen de la totalidad social, se unen al compromiso declarado de los investigadores con el análisis crítico y la transformación de la realidad (Almirón, 2009), como principios básicos que han sustentado la tradición investigativa de la EPC, y al mismo tiempo, como imperativos de trayectos futuros.

En las condiciones actuales la economía política de la comunicación cobra vital importancia en tanto que se ampara en un sistema categorial analítico indispensable para el análisis crítico y completo de una realidad en la que la información asume una mayor centralidad en los procesos de producción, al conformarse como sector de mayores utilidades y al constituirse su procesamiento estratégico como “clave de la productividad en un contexto económico progresivamente informacional” (Sierra, 2009: 152).

La EPC, sobre la que ha operado un proceso de “globalización de la investigación” (Mosco, 2011: 61), se plantea hoy, según señala Francisco Sierra (2009: 162- 163), tres tareas básicas: por un lado la sistematización del análisis teórico de los modos de operación de la industrias culturales, lo que incluye el examen de la intervención estatal en su regulación, las dinámicas económicas de los medios y los rasgos de los procesos de valorización y producción cultural; en otro sentido una apuesta por la intervención en la generación de prácticas liberadoras de manera que se promueva una mayor articulación entre academia y organizaciones sociales en oposición al carácter oligopolista y monopolista de los medios de comunicación; a lo que se debería agregar la recuperación del debate en torno a la propiedad de los medios y el compromiso con el diseño de políticas de comunicación más democráticas, intervinientes en la conformación de un contexto global más justo opuesto a los desequilibrios en los recursos y flujos de información.

El análisis de las condiciones del espacio público como ámbito en el que se desarrolla la política por el recurso a la comunicación es una tarea, también, de la economía política crítica de la comunicación.

La esfera pública ha sido comprendida como un espacio de la vida social en el que se puede construir una opinión pública (Habermas, 1974: 49) a partir del debate sobre cuestiones asociadas al interés general. Desde una perspectiva normativa se ha apuntado que debería estar sustentada en la igualdad y reciprocidad de las relaciones comunicativas, adecuada apertura y capacidad de procesamiento de contribuciones, así como en una apropiada estructura discursiva y de intercambio en su interior (Peters, 2011). No obstante, es posible enfatizar otros rasgos importantes para el análisis del espacio de confrontación ciudadana.

Como ámbito de confluencia de actores asociados a grupos subalternos y hegemónicos (Somohano, 2011), con ubicaciones estructurales específicas en el entramado social, se hace necesario trascender la metáfora espacial con que se ha asociado a este concepto, para asumir un nivel de abstracción mayor a partir del cual se conciba a lo público en su vínculo con una estructuración mediática particular y una distribución específica de los recursos comunicativos, como se ha propuesto desde la EPC.

A juicio de un autor como Gaëtan Tremblay (2006) podría hablarse de una multiplicidad de esferas de intercambio comunicativo que constituyen el entramado social, tipificadas por una distribución específica de recursos, soportes y medios. El área de confrontación ciudadana podría asumirse como “territorio estructurado, organizado, diferenciado como todo territorio habitado y moldeado por un conjunto de grupos sociales” (Tremblay, 2006: 230).

El ordenamiento mediático y la producción simbólica que sobre este se sustenta incide directamente sobre el espacio público y sus dinámicas características, pero al mismo tiempo podría concebirse como resultado de la interacción múltiple de diversidad de intereses económicos, políticos y sociales que confluyen en la esfera de confrontación ciudadana. El abordaje de esos intereses constitutivos de lo público en su relación con la configuración estructural del sistema de medios de comunicación se erige como objeto de la EPC, y otras áreas orientadas al análisis de los procesos comunicativos.

La sociología de la producción de noticias y sus aportes en el análisis de la organización social del trabajo periodístico

Aunque se encuentran antecedentes en autores puntuales en las primeras décadas del siglo pasado, y el análisis de los *gatekeepers* durante los años cincuenta, no es hasta los setenta que se inicia un desarrollo sostenido del área de estudio de la sociología de la producción de noticias. Los estudios sobre los emisores parten de una perspectiva analítica a través de la que se puede dar cuenta de las complejidades de los procesos de manufactura de la noticia. Desde esta perspectiva “la actividad periodística no es entendida como una labor objetiva y las noticias no son vistas como reflejo de los hechos sociales, sino como productos informativos a través de las cuales se realiza una construcción social de la realidad” (Cervantes, 2005: 93).

Son varios los enfoques de los que han partido los estudios sobre producción de noticias: culturoológico, de la economía política y de la organización social del trabajo periodístico (Schudson, 1989). Este último, asumido con gran frecuencia en diversas indagaciones, se ha concentrado en las dimensiones ocupacionales y las dinámicas internas de los medios que intervienen directamente en la producción noticiosa. La categoría de rutinas productivas es fundamental en los análisis amparados en el enfoque de la organización social del trabajo periodístico, así como el examen de la autonomía de los periodistas ante los requerimientos organizacionales.

La preocupación de los investigadores por las dinámicas organizacionales típicas de los medios de comunicación, tiene su sustento en la propia naturaleza del proceso de producción comunicativa. La producción de la noticia en tanto que “forma institucionalizada de recolectar, procesar y difundir información” (Cervantes, 2005: 91), implica que la decisión productiva resultante sea más organizacional que personal “ya que aunque la rúbrica final puede ser la de un periodista concreto, sin embargo, este producto final ha pasado una serie de filtros antes de su publicación” (Rodrigo Alsina, 2005: 277) determinantes de la manera en que ha quedado constituido para su presentación pública.

No obstante, si bien en la producción noticiosa intervienen como condicionantes la organización interna de las dinámicas en los órganos de prensa, existen otros factores de carácter externo que inciden directamente en las prácticas de los profesionales de los medios. Entre ellos puede mencionarse el

vínculo del periodista con la fuente. Muchos de los estudios que han recurrido a la perspectiva de la organización social del trabajo periodístico “coinciden en que la mayor parte del reporteo de noticias está orientado por una estructura burocrática, que se deriva de la organización de las fuentes de información que proporcionan la mayor cantidad de materia prima a los medios informativos, es decir, las estructuras burocráticas de las dependencias oficiales” (Hernández, 1997: 219).

Además de estos condicionantes, y los valores y creencias compartidas por los profesionales, otros factores característicos del sistema de medios en contextos específicos como la legislación que rige su actividad, “las presiones comerciales, la competencia con otros medios, las relaciones con los anunciantes y el tipo de vinculación que establecen con distintos niveles de gobierno y con otros sectores de la sociedad” (Cervantes, 2005: 95) son determinantes en la producción de información periodística y han sido asumidos como dimensiones de análisis en investigaciones específicas.

El estudio de la organización social del trabajo periodístico abre también una puerta al examen del modo en que se produce la interacción entre comunicación y política. En este sentido el investigador mexicano Salvador de León Vázquez (2008: 167) ha indicado “la necesidad de situar preguntas sobre el vínculo entre las prácticas de producción periodística y las prácticas de construcción de lo público” (De León Duarte, 2008: 167- 168). Esta propuesta es de gran pertinencia, pues como señala Bernhard Peters (2011: 34) los procesos de aproximación y procesamiento mediático emergentes en el espacio público forman un “tipo de selectividad estructural” del ámbito de confrontación ciudadana, sobre el que intervienen directamente “las estructuras organizacionales de los medios de masas, las rutinas y modos de trabajo profesionales, las posibilidades y convenciones de representación de determinados medios” (Peters, 2011: 35), entre otros factores. Ellos conforman, como se ha visto, objetos de análisis recurrentes en los estudios vinculados al examen de la organización social del trabajo periodístico.

Desde el punto de vista del investigador mexicano antes citado, desplazar la mirada desde el examen de las prácticas profesionales hacia su ubicación en el ámbito de lo público, tarea investigativa pertinente en las condiciones actuales, permite “ubicar prácticas sociopolíticas de actores que participan en el periodismo, tanto periodistas como no periodistas, que permiten la articulación del periodismo con lo público. Hablamos de periodistas, empresarios de los medios, políticos, funcionarios, organizaciones de la sociedad civil, así como marcos institucionales como legislaciones, políticas públicas, propuestas de autorregulación de contenidos de los medios, entre otras cosas” (De León, 2010: 177- 178).

En un trabajo publicado recientemente, situado en Aguascalientes, este investigador ha atendido al supuesto de que la “configuración de la comunicación pública cambia porque las condiciones políticas y económicas se han transformado” (De León, 2011: 45- 47). En ese sentido ha apuntado que la intervención en el ámbito de los medios resguardada por periodistas y empresarios, “se gestiona por diversas vías que van desde el aprovechamiento de la

cobertura periodística hasta la mercantilización. La caracterización del periodismo mexicano en Aguascalientes se presenta como un ejercicio desarrollado en un contexto de poca participación comercial de actores privados, lo que limita la inversión privada publicitaria, retornando la base de su financiamiento al gasto público” (De León, 2011: 64). Además de ello ha enfatizado en la coincidencia entre las distintas lógicas de establecimiento de lo público en lo local, lo nacional y lo global; “la inversión económica como forma principal de participación en el espacio público-mediático es un criterio dominante de actividad, pues el proceso globalizador enfatiza una ideología vinculada a dos aspectos principales: la democracia como el mejor de los sistemas políticos y el capitalismo como sistema económico ligado a ella” (De León, 2011, p. 65).

Ello evidencia la imposibilidad de atender a la organización social del trabajo periodístico y sus tensiones constitutivas, sin detenerse en las condiciones estructurales del sistema de medios y las complejidades diversas que atraviesan lo público en sus distintos niveles

Dimensiones para el estudio del régimen de regulación comunicativa y su condicionamiento de los mecanismos de aproximación mediática a actores políticos como objetos de referencia

Regulación comunicativa, aproximación mediática y tipo de relación medios-actores políticos

El *régimen de regulación comunicativa* entendido como orden funcional constituido por “objetivos, disposiciones, y actividades de las instituciones y actores políticos [diversos] conducentes a organizar y lograr desarrollos específicos con relación a las condiciones de materialización [organización mediática, tecnologías y contenidos] de la comunicación pública (...) (prensa, radio, cine, televisión, nuevas tecnologías, etc.)” (Sierra, 2006: 25)² puede ser asumido para su estudio, desde la delimitación de una multiplicidad de dimensiones que lo conforman.

En este sentido, a partir de lo apuntado por Francisco Sierra (2006: 27) en torno al concepto de política de comunicación, se podría señalar que la regulación comunicativa comprende la integración de múltiples actores, niveles de análisis y formas de intervención distintos, “así como problemas políticos, económicos, y culturales relacionados con el proceso general de desarrollo de los estados nacionales, las regiones y comunidades locales y hasta las organizaciones supranacionales”.

2. La referencia que hacemos a Francisco Sierra (2006) alude específicamente a su concepto de política de comunicación, que desde nuestro punto de vista puede contribuir a la definición de lo que denominamos régimen de regulación comunicativa. El concepto defendido en este artículo también se refiere a la contribución que desde la regulación comunicativa se hace a un orden social determinado, así como a la dimensión procedimental que se vincula la noción de régimen.

Una cuestión axial en este análisis se asocia al derecho a la comunicación, lo que implica el examen de la regulación en torno al acceso y la participación en las cuestiones asociadas a la comunicación masiva, el uso de las tecnologías de la información y la comunicación y el estudio de los marcos establecidos para la equidad informacional (Sierra, 2006, p. 29). Asumir el derecho a la comunicación, tanto en su dimensión individual como colectiva (MacBride et al., 1993: 208- 209), como sustento de la democratización de los procesos comunicacionales significa comprenderlo en su composición múltiple por otros derechos asociados: de información, culturales, de protección, colectivos y de participación (Hamelink, s/f). Este se asocia directamente a “las demandas de una corriente en dos sentidos” (MacBride et al., 1993: 148). Con ello se reclama la intervención de los sectores populares en las propuestas discursivas de los medios, en sus lógicas productivas y en las dinámicas asociadas a la regulación mediática a partir de varios niveles de acceso y participación en la comunicación masiva.³

A pesar de las diversas demandas en torno a estas cuestiones, lo cierto es que el acceso y la participación de los sectores populares en las dinámicas asociadas a los procesos comunicativos se encuentran atravesados actualmente por diversidad de tensiones y condiciones limitantes. Ejemplo de ello son las recientes palabras de Ramón Zallo (2012), quien refiriéndose al contexto español, ha apuntado que “hay un contraste brutal entre las dinámicas sociales participativas –se comparten ideas y recursos por las redes– y el deterioro de las democracias. Estas están cada vez más orientadas a seguir, incluso contra los electorados, los dictámenes de los agentes financieros metamorfoseados en prescriptores y dirigentes de las políticas públicas en nombre de los mercados”.

Para este autor reconstruir los procesos democráticos es un imperativo actual, por lo que se hace imprescindible la democratización y diversificación de la comunicación y sus agentes, así como el reconocimiento de los derechos sociales asociados a ella (Zallo, 2012). Al contrario de estas exigencias, al amparo del cambio tecnocomunicativo y ante el desarrollo de la crisis, “y como expresión de los vientos neoliberales en Europa, se está produciendo una nueva e intensa concentración comunicativa y cultural” (Zallo, 2012).

En este contexto las propuestas de dimensiones del presente trabajo, se conciben como condiciones sobre las que se hace necesario reflexionar y desde las cuales se podría ampliar una mirada crítica en torno a los medios de comunicación, sus múltiples complejidades y las posibilidades reales de su papel político en las condiciones actuales.

3. A partir de las propuestas de la UNESCO (1977 en Rossi, 2006: 3) la noción de acceso podría atender tanto a la selección del material como a la retroacción, entendida esta última como la posibilidad de intervención directa de los públicos en las distintas propuestas comunicativas bajo las lógicas impuestas por los emisores. La participación, a su vez, contiene varios niveles: intervención en la producción de mensajes, en la toma de decisiones y en la formulación de políticas de comunicación. Cualquier intento por hacer más justo y plural un orden comunicacional específico debería sostenerse en una ampliación de las posibilidades de acceso y participación de los diversos grupos que conforman el entramado social.

Una dimensión fundamental para comprender la regulación comunicativa se asocia a la diversidad de *agentes* intervinientes en su desarrollo. Desde el punto de vista de Guillermo Mastrini (2011), para quien es imposible hablar de la inexistencia de políticas de comunicación en contextos sociohistóricos particulares, son tres los actores que interactúan en su conformación: el Estado, el sector privado y la sociedad civil. Con este último criterio coincide José Luis Exeni (2002) quien plantea que en la formulación de políticas vinculadas a lo comunicativo debe atenderse a “la distinción y relaciones de tres principales objetos de principios y normas en materia comunicacional: lo Estatal, lo público y lo privado”.

Otros autores han sido más explícitos. Las instituciones culturales del Estado, las industrias culturales, los grupos de interés público, y los ciudadanos y profesionales del sector han sido destacados por Francisco Sierra (2006: 28). Robert McKensie (2005: 160- 169) por ejemplo, menciona a las agencias relacionadas con el gobierno, organizaciones de medios, grupos ciudadanos, anunciantes o patrocinadores y audiencias.

La regulación comunicativa y la intervención diversa de pluralidad de actores sociales en su delimitación, se ampara en *matrices ideológicas* conducentes al sostenimiento del poder en un entramado de relaciones sociales específicas, lo que constituye otra dimensión a la que se hace indispensable atender. Ello interviene directamente en la adecuación del encargo social de los medios a imperativos asociados a la ubicación estructural de los agentes con capitales fundamentales (políticos, económicos, etc.) para la estructuración de las dinámicas mediáticas.

Encaminado a asegurar la reproducción de la sociedad a través de la conformación de la hegemonía, dicho en términos gramscianos, el *encargo social de los medios* se erige como otra dimensión pertinente en cualquier investigación interesada en la delimitación de las múltiples complejidades de las políticas asociadas a dichas estructuras socializadoras. Este puede asumirse como conocimiento del entorno sociopolítico y del ejercicio del poder; monitoreo del espectro público; formación de plataformas de diálogo y debate; movilización y organización ciudadana; y formación cívica (Sierra, 2006).⁴

Como sustento de la regulación comunicativa se encuentran también sus *valores centrales* (Murciano, 2006, 2009) pues las políticas de comunicación “han oscilado siempre entre la defensa de los valores promovidos por la industria y el comercio y los valores promovidos por el interés general” (Murciano, 2006: 373).⁵ En el último caso podría decirse que la regulación mediática se asocia generalmente al interés público al que debería atenderse por los estados de-

4. Este autor en vez de referirse a la denominación de encargo, alude a la categoría de funciones de la comunicación (Sierra, 2006).

5. Entre los valores centrales del interés general a los que podrían atender las políticas de comunicación según apunta Murciano (2006), a partir de un análisis del sector de las telecomunicaciones y las propuestas asociadas a los medios impresos y audiovisuales, se encuentran los de libertad de expresión, pluralismo, transparencia, participación, diversidad cultural, libertad de elección, calidad, creatividad, empleo, desarrollo económico, competencia e innovación.

mocráticos en representación de sus ciudadanos. Ello da cuenta de cuestiones atinentes a la sociedad en su conjunto o a una parte considerable de ella en lugar de a intereses individuales (McQuail y van Cuilemburg, 2005).

Más allá de todas las dimensiones anteriormente indicadas, para aludir a las múltiples tensiones que delimitan el régimen de regulación comunicativa es indispensable atender a las *operaciones de intervención mediáticas*, es decir, a los procedimientos asumidos por los diversos agentes para la intervención directa en los mecanismos de aproximación de la comunicación masiva a objetos de referencia particulares, en el desarrollo tecnológico.

Partir del examen de la complejidades del régimen de regulación comunicativa, detenerse en las operaciones de intervención mediática y posteriormente aludir a los mecanismos de aproximación a determinados objetos de referencia por parte de los medios, implica asumir una postura integradora que atienda a aportes provenientes de perspectivas como la EPC y la asociada al análisis de la organización social del trabajo periodístico.

Para comprender las dinámicas periodística es imprescindible detenerse en el orden comunicacional en que se encuadran. El examen del régimen de regulación comunicativa y su relación con los entornos políticos, económicos y sociales es fundamental para el estudio del ejercicio del periodismo. En un trabajo reciente, la investigadora Claudia Mellado (2009) ha destacado los distintos factores internos (profesionalización y formación periodista, condiciones laborales, y prácticas asociativas) y agentes intermedios del ámbito profesional (instituciones formadoras, organizaciones empleadoras, y asociaciones y colegios) que han influenciado el desarrollo del periodismo en América Latina. Sin embargo, desde su punto de vista, un modelo para el análisis de la configuración del periodismo “no logra explicarse correctamente si no consideramos que aquellos factores internos e intermedios están, al mismo tiempo, fuertemente influenciados por diferentes elementos externos vinculados al contexto latinoamericano” (Mellado, 2009: 198). Entre ellos la autora menciona cambios políticos en la región, el papel protagónico de la empresa privada, la solidez alcanzada por el modelo liberal, el desarrollo de monopolios mediáticos, entre otros (Mellado, 2009).

Aludir a ciertas condiciones estructurales como factores intervinientes en el desarrollo del periodismo en América Latina, confirma la pertinencia de generar posibles articulaciones entre aportaciones provenientes de la EPC y las asociadas al examen de la organización social del trabajo periodístico, en tanto nos proveen del marco adecuado para comprender críticamente las condiciones actuales del sistema de medios, sus dinámicas características y el papel asumido por estas instituciones mediadoras en la aproximación a actores políticos.⁶

6. Los factores organizacionales e individuales tienen una incidencia importante incluso en la percepción de los periodistas sobre sus propios roles y el encargo social de la profesión. En un reciente trabajo asociado al contexto chileno se ha apuntado que los vinculados a la función política del periodista quedan conformados fundamentalmente por las múltiples incidencias de

En el caso específico del área de estudio asociada al análisis de la organización social del trabajo periodístico podría decirse que asume como una de sus premisas fundamentales que el trabajo en los medios puede ser comprendido como una construcción social en torno a la realidad. La comprensión de la noticia como construcción se sustenta en el presupuesto de que los mensajes son el resultado de procesos sociales en los que la organización juega un papel fundamental. Como ha indicado la investigadora mexicana María Elena Hernández (1997: 217) “el primer contexto para determinar cómo ocurre la producción noticiosa es el de las normas operativas dentro de los medios de información”. En este sentido, la atención a los *mecanismos de aproximación mediática* resulta del abordaje de procedimientos amparados en la racionalidad operativa y administrativa (González Molina, 1988) del proceso de interacción con objetos de referencia específicos, potenciado por órganos de prensa con prioridades informativas particulares ajustadas a un régimen de regulación comunicativa.

En la producción comunicativa son determinantes los procedimientos asociados a ella como “prácticas y formas repetidas, modeladas y hechas rutina, que los trabajadores de los medios utilizan para realizar su actividad” (Shoemaker y Reese, 1994: 102). Estos pueden ser considerados como “medios para un fin, aunque con frecuencia estos medios, al haberse institucionalizado se adoptan como forma de existencia” (Shoemaker y Reese, 1994: 104).

Según han apuntado Pamela Shoemaker y Stephen Reese (1994: 107) los procedimientos “ayudan a la organización de los medios a dirigir las siguientes cuestiones: ¿qué es aceptable para el consumidor (audiencia)?, ¿qué es capaz de procesar la organización (medio)?, ¿qué materia prima está disponible de los proveedores (fuentes)?”, a lo que se podría agregar las preocupaciones particulares de los periodistas sobre el acoplamiento de su trabajo en torno a demandas específicas de agentes determinantes en la estructura de propiedad de los órganos de prensa.

Como componente importante de los procedimientos se incluyen los valores noticia, en tanto “modalidades organizativas del trabajo cotidiano” (Martini, 2000), que trascienden la mera clasificación de enunciados teóricos para concebirse como “formulaciones pragmáticas” (Martini, 2000) vinculadas a un conjunto de condiciones y valores atribuidos a los acontecimientos. Aún cuando existen criterios de noticiabilidad universales para la profesión periodística, las organizaciones mediáticas poseen también cierta libertad de definir, a partir de sus intereses y el contexto en el que se ubican, a qué acontecimientos atender y a qué rasgos particulares de estos prestar mayor atención, por lo que podría aludirse a una *extensión operativa de los imperativos noticiables* vinculada directamente a las organizaciones de medios.

condicionantes individuales y organizacionales, con un predominio de las primeras; mientras que las concepciones asociadas a las necesidades del público y la comercialización de las noticias aparecen intervenidas directamente por las características de las organizaciones de pertenencia (Mellado, 2011).

El examen del mecanismos de aproximación mediática a objetos de referencia particulares podría detenerse también en los controles burocráticos en las diversas fases de los procesos productivos, lo que implica, a juicio del investigador Gabriel González Molina (1988: 221), una superación de los análisis acerca de la manipulación o “los sesgos deliberados” en la información para ubicar la discusión “alrededor de los problemas acerca del control y la determinación” intervinientes en la producción comunicativa.

Esta propuesta se sustenta no solo en el estudio de las expectativas y anticipaciones asociadas al trabajo periodístico y la diversidad de condicionantes interna de la organización mediática intervinientes en este proceso de planificación, sino también en las variables *dispositivos de determinación y control*, que operan sobre “el conflicto inherente en el interior de una organización” (Shoemaker y Reese, 1994: 171), así como en el *despliegue organizacional y de recursos* asumido a lo largo de todo el proceso hasta la presentación final de la propuesta comunicativa del medio y su correspondiente evaluación.

Como han señalado Pamela Shoemaker y Stephen Reese (1994: 145) la organización periodística es una “entidad social, formal, usualmente económica” empleada por los trabajadores de los medios con el fin de producir los trabajos periodísticos. Esta posee límites y objetivos definidos y se conforma por un conjunto de actores estructurados de manera jerárquica, así como por una distribución particular de recursos erigida como condicionante directa de los procesos de aproximación generados desde ella a determinados objetos de referencia.

En este sentido podría apuntarse que las dinámicas internas y los rasgos particulares de organizaciones periodísticas específicas, en su relación con las características del régimen de regulación comunicativa, se constituyen como condiciones de los mecanismos de aproximación al acontecer, y por tanto, del vínculo entre órgano de prensa y determinados actores políticos como potenciales objetos de referencia. El *tipo de relación entre actor político y medio de prensa*, que adecuado a condiciones contextuales específicas, se sustenta en distintos grados de dependencia y cooperación (Casero, 2008), es el resultado de la confluencia entre el abordaje periodístico de emergentes específicos en el espacio público y la regulación comunicativa que interviene sobre las organizaciones de medios.

La relación entre periodismo y política es inevitable en las sociedades actuales, pues los agentes pertenecientes a uno u otro lado “se hallan bajo un marco de actuación que los condena a relacionarse irremediablemente” (Casero, 2008). En el caso particular del Estado, su vínculo con los medios se asocia a “la *doble dirección* en la que puede orientarse la acción mediática en relación con los grados de gobernabilidad (hacia una situación ‘normal’ o hacia una de crisis), así como en la *doble función* que desarrollan los medios en situaciones políticas específicas (de alerta o detonación)” (Exeni, 2006: 96). En este sentido podría apuntarse que la voluntad estatal en torno a los medios en lo concerniente a su conformación como objeto de referencia podría encontrar su explicación, entre otros factores, en el modo en que se calibran los beneficios/perjuicios de las funciones de alerta temprana/detonación.

Los variados vínculos entre medios y actores políticos diversos, no solo asociados a la institucionalidad estatal, se manifiestan en momentos y condiciones históricas concretas (Casero, 2008). Precisamente por la complejidad de este nexo, configurado de manera particular en distintos contextos, en este artículo proponemos el tipo de relación entre medio y actor político, en esta dimensión en construcción que debe ser asumida y conformada desde indagaciones específicas.

Un examen de las múltiples tensiones que intervienen en los contextos comunicativos actuales implica asumir las complejidades y variadas dimensiones constitutivas del régimen de regulación comunicativa (agentes intervinientes; matrices ideológicas en que se ampara; encargo social de los medios; valores centrales y operaciones de intervención mediática) en su vínculo con las particularidades de los mecanismos de aproximación al acontecer generado por actores políticos (extensión operativa de los imperativos noticiables; dispositivos de determinación y control del trabajo periodístico; y despliegue organizacional y de recursos).

Ello significa detenerse en el tipo relación entre órganos de prensa y actores políticos con una ubicación particular en la esfera pública (determinante de la configuración de sus intereses y, por tanto, de la disponibilidad y el modo en que se asumen los recursos comunicativos), lo que unido a lo anteriormente señalado forma parte de las condiciones sociales de posibilidad de la orientación simbólica de las instituciones mediáticas, es decir, de su *posicionamiento estructural*.

FIGURA 1: ESQUEMA CATEGORIAL DEL CONDICIONAMIENTO DEL RÉGIMEN DE REGULACIÓN COMUNICATIVA SOBRE MECANISMOS DE APROXIMACIÓN MEDIÁTICA A ACTORES POLÍTICOS



El posicionamiento estructural como dimensión integradora en el examen de las condiciones sociales de posibilidad de la orientación simbólica de la comunicación masiva

La referencia a la dimensión de *posicionamiento estructural*, la cual se ha concebido como síntesis de las dimensiones anteriormente indicadas, implica el análisis de la regulación y organización de la producción comunicativa como parte de las condiciones sociales de posibilidad de la orientación simbólica de instituciones mediáticas en la aproximación a actores políticos como objetos de referencia. Esta se sustenta en la luchas entre diversidad de intereses que conforman la esfera pública.

En las sociedades actuales existen campos de interacción particulares cuyas prácticas específicas, que inciden en el todo social, se vinculan al desarrollo de poderes determinados, entre los que se pueden destacar el político, el simbólico y el económico. Estos “microcosmos” se institucionalizan cuando son estructurados por reglas, normas, recursos y relaciones con cierto grado de persistencia en el tiempo y extensión espacial, con la intención de alcanzar los objetivos comunes de los actores que los integran (Thompson, 1998). En dichos ámbitos se conforman “instituciones paradigmáticas” que, como los medios de comunicación, ofrecen plataformas privilegiadas para el desarrollo de las formas de poder señaladas anteriormente.

Los rasgos fundamentales del poder simbólico asociado a los medios de comunicación, en relación directa con el político y el económico, se asocian a la posibilidad de universalizar las consideraciones particulares de los grupos, amparados en un capital simbólico, es decir, en el prestigio de determinados actores para imponer sus representaciones sobre la realidad a partir de determinados intereses. En un sentido inverso se puede asociar, por el recurso a la comunicación, a la capacidad de legitimar a actores, instituciones y procesos, por lo que podría conformarse como complemento de otros poderes. Condicionados por estas complejidades se configuran en los medios los procesos de “eufemización” que operan sobre las expresiones en tanto ajustes “entre un interés expresivo y una censura constituida por la estructura del campo [comunicativo, en este caso]” (Bourdieu, 1990: 115), así como por sus dinámicas externas generadas desde los poderes económicos y políticos.

Podría decirse, entonces, que la atención a la orientación simbólica de los medios de comunicación permite determinar con claridad la complementariedad entre la posición de estas instituciones mediadoras en la esfera pública y el beneficio que genera a otro tipo de poderes (económicos y políticos), y por tanto, el sentido de las luchas simbólicas en las sociedades actuales, entendidas como disputas por “la representación misma del mundo social” (Bourdieu, 1990: 205). Esto permitiría dar cuenta directamente de las variadas complejidades que conforman el régimen de regulación comunicativa y los modos en que se configura el papel de los medios en el espacio de confrontación ciudadana en su aproximación a actores determinados, es decir, la manera en que se edifica su *posicionamiento estructural*.

Un análisis de las condiciones sociales de posibilidad de la comunicación masiva en un contexto específico, no podría desconocer ciertos rasgos es-

tructurales de los sistemas de medios que inciden directamente en las dinámicas periodísticas. En el caso particular de América Latina se ha señalado “la existencia de un gran monopolio de los medios, los cuales han transformado sus estructuras en grandes imperios de comunicación, bajo el alero de unos pocos pero muy poderosos grupos empresariales que mantienen el control ideológico de los contenidos” (Mellado, 2009: 197). Ello influye directamente en el papel que podrían asumir los medios de comunicación en su interacción con actores políticos. Ramón Reig (2011), también refiriéndose al contexto latinoamericano, ha apuntado que estas estructuras socializadoras “contribuyen más a un orden de gobernabilidad de carácter autoritario, legitimando intereses y acciones de élites muy particulares, imponiendo decisiones sin la participación ciudadana. De esta manera los medios se convierten en obstáculo para una gobernabilidad democrática” (Reig, 2011: 116).

Conclusiones

Diversas demandas y operaciones de intervención mediática que tienen su origen en los poderes económico y político establecen constricciones y habilitaciones directas sobre los medios de comunicación y configuran su papel específico en el espacio público. La densidad de esta red de intereses que atraviesan la producción comunicativa se hace especialmente visible en la aproximación específica de los medios de comunicación a objetos de referencias particulares como los actores políticos.

En este sentido podría apuntarse que el estudio de las dimensiones del condicionamiento del régimen de regulación comunicativa sobre los mecanismos de aproximación mediática a actores políticos es indispensable para determinar los “límites y presiones” (Williams, 2000) del orden comunicacional actual.

El examen de los agentes; las matrices ideológicas; el encargo social de los medios; los valores centrales y las operaciones de intervención mediática que constituyen la regulación comunicativa en su vínculo con las especificidades de los mecanismos de aproximación al acontecer posibilitan desentrañar las múltiples interacciones de los sistemas comunicativos, políticos y económicos. La asunción de un análisis crítico como el defendido en este artículo solo se hace posible a partir de una propuesta integradora en la que se atienda a aportaciones provenientes de distintas perspectivas como la EPC y la relacionada con el examen de la organización social del trabajo periodístico.

Bibliografía

- ALMIRÓN, N. (2009). “Economía política y comunicación: una aproximación epistemológica a los orígenes”. *RLCS. Revista Latina de Comunicación Social*, No. 64, pág. 563- 571. [en línea] [Fecha de consulta: 25/06/11] <<http://www.ull.es/publicaciones/latina/>>.

- RODRIGO ALSINA, M. (2005). *La construcción de la noticia*. Barcelona: Paidós, 1a. ed.
- BOURDIEU, P. (1990). *Sociología y cultura*, México: Grijalbo, 1a. ed.
- BECERRA, M., Y MASTRINI, G. (2006). “Senderos de la economía política de la comunicación: un enfoque latinoamericano”. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, vol. 11, pág. 111- 128. [en línea] [Fecha de consulta: 25/06/11]. <<http://revistas.ucm.es/index.php/CIYC/>>.
- BOLAÑO, C. (s/f). “La centralidad de la economía política de la comunicación (EPC) en la construcción del campo académico de la Comunicación: una contribución crítica” [en línea] [Fecha de consulta: 08/06/11] <<http://www.gepicc.ufba.br>>.
- CASERO, A. (2008). “Modelos de relación entre periodistas y políticos: la perspectiva de la negociación constante”. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, No. 14, pág. 111- 128. [en línea] [Fecha de consulta: 08/08/11] <<http://www.ucm.es/info/emp/>>
- CERVANTES, C. (2005). “El estudio de los productores de noticias: desarrollo internacional y avances de investigación en México”. En: J. C. Lozano (ed.). *La Comunicación en México: diagnósticos, balances y retos*. Monterrey: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey. pág. 91- 132.
- DE LEÓN VÁZQUEZ, S. (2011), “Comunicación pública, transición política y periodismo en México: el caso de Aguascalientes”. *Comunicación y Sociedad*, Nueva época, No. 15, enero- junio, pág. 43- 69.
- _____. (2010), “Investigación sobre periodismo y abordajes de lo público”. En: M. E. Hernández, (coord.) *Estudios sobre periodismo. Marcos de interpretación para el contexto mexicano*. Guadalajara: Ed. CUCSH- UDG. pág. 143- 191.
- _____. (2008). “Notas para una exploración teórica sobre los estudios de producción de comunicación mediática”. *Comunicación y Sociedad*, Nueva época, No. 9, enero- junio, pág. 145- 153.
- EXENI, J. L. (2002). “Reinventando la utopía. Políticas de comunicación en/ para el siglo XXI”. *VI Congreso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación*. [en línea] [Fecha de consulta: 05/06/11] <<http://www.alaic.net/>>.
- _____. (2006). “Gobernabilidad mediática. Mass media y grado de gobierno: difícil (des)encuentro”. *Organicom*, Año 3, No. 4, pág. 93- 105.
- GONZÁLEZ MOLINA, G. (1988). “Organización, burocracia y profesión: determinación institucional de las comunicaciones sociales”. En: E. Sánchez Ruíz, (comp.). *La investigación de la comunicación en México. Logros, retos y perspectivas*. Guadalajara: Edicom. pág. 217- 230.
- HABERMAS, J. (1974). “The Public Sphere: an encyclopaedia article”. *New German Critique*, 1, (3), pág. 49-55.
- HAMELINK, C. (s/f), “El derecho a comunicarse”. [en línea] [Fecha de consulta: 17/8/11] <<http://www.uasb.edu.ec/>>.
- HERNÁNDEZ, M. E. (coord.) (2010) *Estudios sobre periodismo. Marcos de interpretación para el contexto mexicano*, Guadalajara: Ed. CUCSH- UDG.
- _____. (1997). “La sociología de la producción de noticias: hacia un nuevo campo de investigación en México”. *Comunicación y Sociedad*, No. 30, pág. 209- 242.

- MARTINI, S. (2000). "Periodismo, noticia y noticiabilidad". *Papeles de Nombre-falso*. [en línea] [Fecha de consulta: 04/05/10] <<http://www.nombrefalso.com.ar/>>.
- MASTRINI, G. (2011). *Políticas y planificación de la comunicación (conferencias manuscritas)*. Políticas y planificación de la comunicación. Cátedra Guillermo Mastrini. [en línea] [Fecha de consulta: 08/08/11] <<http://www.catedras.fsoc.uba.ar/mastrini>>.
- MACBRIDE, S. et al. (1993). *Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo*. México D. F: Fondo de Cultura Económica.
- McKENSIE, R. (2005). "Estudio comparativo de la regulación de los medios de comunicación en Francia, Estados Unidos, México y Ghana". *Derecho Comparado de la Información*, No. 6, pág. 157- 199.
- MELLADO, C. (2011). "Modeling Individual and Organizational Effects on Chilean Journalism: A Multilevel Analysis of Professional Role Conceptions". *Comunicación y Sociedad*, No. 2, pág. 269- 304
- _____. 2009, "Periodismo en Latinoamérica: Revisión histórica y propuesta de un modelo de análisis". *Comunicar*, Vol. XVII, No. 33, pág. 193- 201.
- MOSCO, V. (2006). "La economía política de la comunicación: una actualización 10 años después". *CIC. Cuadernos de la Información y la Comunicación*, vol. 11, pág. 57- 79.
- _____. (2011). "La economía política de la comunicación: una tradición viva". En: Albornoz, L. (comp.). *Poder, medios y cultura. Una mirada crítica desde la economía política de la comunicación*. Buenos Aires: Paidós, pág. 61- 91.
- MURCIANO, M. (2006). "Las políticas de comunicación ante los restos del nuevo milenio: pluralismo, diversidad cultural, desarrollo económico y tecnológico y bienestar social". *Zer*, No. 20, pág. 371- 398.
- _____. (2009). *La construcción de las políticas públicas para el desarrollo. Barreras para la formulación de políticas de comunicación*. [en línea] [Fecha de consulta: 05/06/12] <<http://www.fundacioncarolina.es/>>
- MURDOCK, G. (2006). "Bajo la playa, los adoquines: mercancía, consumismo, contradicciones". *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, Vol. 11, pág. 31- 46.
- PETERS, B. (2011). "El sentido de la esfera pública". *Criterios. Revista Internacional de Teoría de la Literatura, las Artes y la Cultura*, No. 37, pág. 5- 54.
- REIG, R. (2011). *Los dueños del periodismo. Claves de la estructura mediática mundial y de España*. Barcelona: Gedisa.
- ROSSI, D. (2006). "Acceso y participación en el nuevo siglo. Limitaciones de la política, condicionamientos de los conglomerados". [en línea] [Fecha de consulta: 03/03/12] <<http://www.catedras.fsoc.uba.ar/>>
- SCHUDSON, M. (1989). "The Sociology of News Production". *Media, Culture and Society*, Vol. 11, pág. 263- 282.
- SEGOVIA, A. (2006). "Presentación. Cincuenta años de economía política de la comunicación". *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, vol. 11, pág. 7- 10.
- SHOEMAKER, P. Y REESE, S. (1994). *La mediatización del mensaje. Teorías de las influencias en el contenido de los medios de comunicación*. México: Diana.

- SIERRA, F. (2006). *Políticas de comunicación y educación. Crítica y desarrollo de la Sociedad del Conocimiento*. Barcelona: Gedisa.
- _____. (2009). “Economía política de la comunicación y teoría crítica. Apuntes y tendencias”. *I/C- Revista Científica de Información y Comunicación*, No. 6, pág. 149- 171.
- SOMOHANO, A. (2011). “Ruta crítica en torno al concepto de esfera pública: una aproximación teórica e histórica para el rescate de su dimensión emancipadora”. *Razón y Palabra*, No. 76. [en línea] [Fecha de consulta: 26/12/12] <<http://www.razonypalabra.org.mx>>.
- THOMPSON, J. B. (1998). *Los media y la Modernidad*. Barcelona: Paidós.
- TREMBLAY, G. (2006). “Economía política del espacio público y mutaciones mediáticas”. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, vol11, pág. 223-240.
- VAN CUILEBURG, J. Y McQUAIL, D. (2005). *Cambios en el paradigma de política de medios. Hacia un nuevo paradigma de políticas de comunicación*. Políticas y planificación de la comunicación. Cátedra Guillermo Mastrini. [en línea] [Fecha de consulta: 08/08/11] <<http://www.catedras.fsoc.uba.ar>>.
- WILLIAMS, R. (2000). *Marxismo y literatura*. Barcelona: Península.
- ZALLO, R. (2012). “Manifiesto por el cambio cultural y comunicativo” [en línea] [Fecha de consulta: 26/12/12] <<http://ramonzallo.com/?p=565>>.
- _____. (2011). “Retos actuales de la economía crítica de la comunicación y la cultura”. En: Albornoz, L. (comp.). *Poder, medios y cultura. Una mirada crítica desde la economía política de la comunicación*. Buenos Aires: Paidós, pág. 17- 60.

Abel Somohano Fernández. Licenciado en periodismo por la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana (2008). Trabaja como profesor-investigador de la disciplina Problemas conceptuales del periodismo en este centro de estudios. Ha impartido las asignaturas de Fundamentos del periodismo, Teoría de la comunicación II y Teoría de la comunicación III. Coordina la asignatura de Estudios de la praxis periodística.
