

LAS RUTINAS INFORMATIVAS Y LAS RUTINAS DE LA ENTRETENCIÓN

FRANCISCA GREENE GONZÁLEZ

Universidad de los Andes (Chile)

Cuando un día cualquiera, en la portada de un diario aparece una noticia acompañada de una fotografía de la actividad electoral del candidato A, es fácil prever que al día siguiente aparecerá una noticia semejante, casi en el mismo lugar, sólo que en este caso se referirá al candidato B. También se puede adelantar que, si al economista de tendencia “x” se le interroga sobre el manejo del Banco Central, esa información vendrá acompañada también del economista “y” que tendrá, de seguro, una opinión completamente diferente al primero. Los ejemplos de este tipo son infinitos.

¿Por qué lo que publican es casi siempre predecible? ¿Por qué se jerarquizan los datos al interior de la información de la misma manera?, y ¿qué incidencia tiene esto en el trabajo profesional?

Las rutinas con las que se produce la información están estudiadas en la teoría de las organizaciones en general, pero su análisis reviste particular importancia en el periodismo. Más aún si, como se sabe, los medios no son una organización cualquiera: “fabrican” un “producto” compuesto por hechos, opiniones o ideas que afectan la forma como percibimos el mundo y como tomamos nuestras decisiones.

Algo similar sucede con los programas de entretenimiento en televisión. Nos encontramos -al menos en la televisión abierta- con una gran gama de programas de entretenimiento. En Chile, un 28,23% corresponde a programas de entretenimiento netos: *reality shows*, misceláneos, *videoclips* y un 31,3% a pro-

gramas de ficción (telenovelas, series, dibujos animados)¹. Se trata de programas muy similares en los distintos medios, tanto en su forma como en su contenido y, en cuanto a telenovelas, series y dibujos animados, la mayoría son importados, lo que aumenta su similitud u homogeneidad. Este fenómeno obedece a las rutinas periodísticas, que no sólo se utilizan en la información, sino también en la entretención.

El presente trabajo tiene por objeto lo siguiente:

1. Describir someramente las rutinas en el ámbito laboral.
2. Identificar las rutinas informativas.
3. Intentar identificar algunas rutinas utilizadas en la programación de entretención en televisión.
4. Influencia de las rutinas en la calidad del producto. Hacia una definición de la calidad en la entretención.
5. Efectos negativos de las rutinas en la información y la entretención: desmedro de la calidad.
6. Soluciones para los efectos negativos de las rutinas en el ámbito informativo y de entretención.

EL CONCEPTO DE RUTINA EN LA SOCIOLOGÍA LABORAL

El estudio de las rutinas como modo de trabajo periodístico y los efectos que este tipo de trabajo tiene en los contenidos de los medios obliga a comenzar a analizar la cuestión de las rutinas desde el punto de vista de la sociología laboral. Es importante iniciar así este análisis porque, como veremos, la sociología laboral asume el estudio de las rutinas de trabajo en las organizaciones. Éstas tienen una relación estrecha con el concepto de organización, ya que para que el trabajo de la organización sea más eficaz debe ser rutinizado. Casi podría decirse que no hay rutinas sin organización y viceversa; o más preciso aún, que no tiene sentido hablar de organizaciones si éstas no buscaran medios rutinizados para dar origen a un producto.

Los medios de comunicación son organizaciones. Organizaciones con

¹ CONSEJO NACIONAL DE TELEVISIÓN, *Estudio Estadístico de Televisión Abierta 2000-2004*, Santiago de Chile, 2004.

características particulares, aunque sobre este tema no nos detendremos mayormente, porque no es el fin de este trabajo. Sí recordaremos que la particularidad más relevante de estas organizaciones consiste en la naturaleza del producto, al que podríamos llamar “social” o “cultural”, ya que influye en la manera de sentir, opinar y actuar del consumidor.

Parece importante, entonces, detenerse brevemente en la revisión del término rutina en la sociología laboral ya que permite la posterior comprensión de este concepto cuando se aplica al ejercicio de la profesión periodística. Nos puede dar pistas para entender cómo y por qué se originan las rutinas en el trabajo periodístico y qué incidencias tienen éstas en el producto final.

Los autores que estudian la sociología laboral identifican ciertos comportamientos que se repiten en el modo de trabajo de las organizaciones. Explican que los trabajadores no deciden cosas nuevas cada vez que se les presenta un problema, sino que utilizan acuerdos laborales anteriores que se transforman en costumbres y que se aplican por encima de las elecciones y preferencias personales. A estos acuerdos se les llama rutinas o prácticas profesionales. Otros entienden las rutinas como operaciones mecánicas para elaborar un producto; también como rituales que olvidan el fin perseguido; o como guías para la concentración de actividades bajo un mismo mando. Es decir, las rutinas tienen que ver con una cierta eficiencia buscada en el trabajo: agilización, ahorro de tiempo, especialización técnica, formalización.

Veremos que son estas mismas ideas las que mueven a los periodistas y a los medios a buscar prácticas convencionales para obtener de una manera más eficiente el producto noticioso. Los periodistas se enfrentan con algunos problemas en su labor diaria: exceso de material susceptible de convertirse en noticia; falta de tiempo y de espacio; escasez de personal o de *staff* y de presupuesto; y la necesidad de competir. Ésta es la explicación de por qué los medios han tenido que diseñar diversos modos de rutinizar su tarea para dar solución a estos problemas.

Los autores relacionan justamente estos problemas con los orígenes de las rutinas periodísticas. Veremos que en la bibliografía no se hace una distinción clara entre los orígenes de las rutinas y la definición misma de ellas. La distinción la hacemos nosotros en esta investigación. Se verá la importancia que tienen las rutinas en el contenido del producto periodístico, es decir, en la noticias y en los programas de entretención.

Interesa en particular este tema puesto que, si queremos saber cómo lle-

gamos a ver el mundo como lo vemos a través de los medios, entonces es válido que nos preguntemos cómo los medios transforman una serie indeterminada de sucesos en un conjunto ordenado y estructurado de acontecimientos. Y esto nos conduce inevitablemente a estudiar los métodos rutinarios que usan los periodistas.

En la bibliografía sobre sociología laboral revisada, los autores no hablan específicamente del origen y significado del concepto de rutina, pero hacen referencia a él al describir ciertos comportamientos dentro de las organizaciones que son necesarios para que éstas funcionen.

Howard Becker habla de las rutinas como costumbres, formas convencionales de trabajar. Afirma que las personas que cooperan en la producción de un trabajo generalmente no deciden cosas nuevas. Por el contrario, “utilizan acuerdos laborales anteriores, que se han vuelto costumbres. Esos acuerdos han llegado a formar parte de una forma convencional de hacer las cosas”².

Para Alasdair MacIntyre, la noción de “práctica profesional”, que entendemos como sinónimo de rutina, alude a “una forma coherente y compleja de actividad humana cooperativa y socialmente establecida, mediante la que se obtienen unos bienes internos en el proceso de intentar conseguir unos estándares de excelencia que son propios de esa actividad y que en cierto modo la definen”³. MacIntyre subraya que cada práctica profesional cuenta con estándares de excelencia propios. Participar en una práctica supone “aceptar la autoridad de esos estándares y realizar juicios de valor sobre la adecuación de mi trabajo a esos estándares”⁴. La comunidad profesional presupone por tanto la existencia de una ocupación compartida, un ideal común, de acuerdo con los objetivos fijados de antemano.

A partir de la bibliografía revisada, es posible afirmar que el tema de las rutinas aparece estrechamente relacionado con la función técnica o mecánica que tiene toda organización; función que es entendida por Mayol como el conjunto de operaciones tendientes a la elaboración del producto, todas las actividades referidas a la producción y transformación del mismo⁵.

² CROTEAU, David y HOYNES, William, *Media/Society*, Pine Forge Press, California, 1997, p. 101.

³ GARCÍA AVILÉS, José Alberto, *Periodismo de Calidad: Estándares Informativos en la CBS, NBC y ABC*, Ediciones Universidad de Navarra, Pamplona, 1996, p. 239.

⁴ *Ibid.*, pp. 239-240.

⁵ Cfr. RODRÍGUEZ, Darío, *Cultura Organizacional. Elementos para su Estudio*, Ediciones Universidad Católica de Chile, Santiago, 2001, p. 35.

Para Tuchman, las rutinas, en un sentido amplio, constituyen “rituales”. Cita a Hughes, quien sostiene que los rituales son procedimientos rutinarios que tienen una relevancia relativamente escasa o sólo tangencial con el fin buscado. Es decir, cuando se aplica un procedimiento se pierde de vista el fin al que se quiere llegar y se concentran los esfuerzos en la correcta aplicación de ese procedimiento. Enfatiza más una adhesión al procedimiento que es, con frecuencia, compulsiva. Que ese procedimiento pueda ser el mejor medio conocido para conseguir el fin propuesto no le quita su caracterización como ritual⁶.

Otros autores relacionan el tema de las rutinas con uno de los cuatro principios de especialización⁷, que sirven como guía para la concentración de actividades bajo un mismo mando. Específicamente, con el principio de “proceso”, cuya ventaja, según Luther Gulick y Lyndall Urwick, sería que las rutinas conducirían a agilizar el trabajo y a aumentar la calidad y el profesionalismo dentro de las organizaciones al permitir el uso de especialización técnica y de mecanismos de ahorro de trabajo. Asimismo las rutinas permitirían que se reunieran bajo la misma supervisión habilidades técnicas comunes y así se estimularan estándares y orgullo profesionales⁸.

Rodríguez reitera las ideas planteadas antes por Tuchman al advertir algunas desventajas de este sistema: sobrenfatiza cómo deben hacerse las cosas, en lugar de qué debe hacerse; tiende a desarrollar aproximaciones segmentadas a las metas generales y así se requiere mayor atención y coordinación desde lo alto de la estructura⁹.

Las rutinas, como prácticas profesionales, también aluden a lo que se entiende como formalización: aquellas normas y procedimientos diseñados para manejar las contingencias afrontadas por la organización¹⁰. Así, dice Rodríguez, mientras más recurrente y rutinario, más formalizado puede encontrarse el trabajo, mientras que los casos únicos no están formalizados y debe recurrirse al juicio del que toma las decisiones ante cada situación¹¹. En todo caso, la formalización no siempre es escrita, puede haber normas formalizadas orales.

⁶ TUCHMAN, Gaye, “Objectivity as Strategic Ritual: An Examination of Newsmen’s Notions of Objectivity”, en *American Journal of Sociology*, volume 77, number 4, 1972, p. 661.

⁷ Éstos son: finalidad, proceso, clientela y área geográfica, de acuerdo al planteamiento de Luther Gulick en *Papers on the Science of Administration*, Institute of Public Administration, Nueva York, 1937, p. 17.

⁸ Cfr. RODRÍGUEZ, Darío, *op. cit.*, pp. 36-37.

⁹ *Ibid.*

¹⁰ *Ibid.*, p. 69.

¹¹ *Ibid.*

Se puede así deducir que, en la sociología laboral, el concepto de rutina incorpora doblemente un elemento mecánico: enfatiza cómo deben hacerse las cosas, en lugar de qué debe hacerse, y su aplicación no requiere la presencia de personal especializado (salvo en la supervisión), lo cual, como se acaba de afirmar, tiene que ver con una necesidad mayor de normas y de formalización.

INFLUENCIA DE LAS RUTINAS EN EL CONTENIDO DE LAS NOTICIAS

No podemos perder de vista que las rutinas son herramientas muy importantes, pues dejan marcada su huella en el producto informativo. En periodismo, como en todas las profesiones, el modo de trabajar, los procedimientos utilizados y la forma en que son llevados a cabo dejan su impronta en el producto. Las rutinas tienen un importante impacto en la “producción de los contenidos simbólicos. Ellas forman el entorno inmediato en el cual los individuos (periodistas) desarrollan su labor”¹². Y en la misma línea de argumentación, Mar de Fontcuberta afirma que “en nombre de las rutinas, los medios incluyen y jerarquizan, pero, sobre todo, excluyen información”¹³, lo que, obviamente, modifica el contenido de los medios.

Fishman hace consideraciones que se remontan a los orígenes del proceso de producción de las noticias. Sostiene que los eventos públicos nunca han sido conocidos fuera de los medios de comunicación institucionalizados que formulan esos eventos en la sociedad. De ahí que afirme que, si queremos saber cómo llegamos a ver la esfera pública del modo como la vemos, “debemos estudiar los métodos rutinarios de los periodistas para producir las noticias”¹⁴. Aquí encontramos la clave para entender por qué es tan importante tratar sobre la relación entre rutinas y contenidos.

La relación del periodista con el mundo que cubre -aclara Fishman- no es directa, sino mediada por intereses prácticos: cómo reportear un mundo de actividades dentro del apremio de los límites de tiempo de publicación y las limitaciones de espacio, cómo determinar el carácter factual de las narraciones, cómo formular los eventos en noticias, etc. Para hacer esto, los periodis-

¹² SHOEMAKER, Pamela y REESE, Stephen, *op. cit.*, p. 107.

¹³ DE FONTCUBERTA, Mar, *op. cit.*, p. 141.

¹⁴ FISHMAN, Mark, *op. cit.*, pp. 12-13.

tas no inventan nuevos métodos de reporte para cada ocasión en la que se enfrentan al mundo, sino que emplean métodos que han sido usados en el pasado: ellos “confían en los procedimientos estándares de operación de sus organizaciones de noticias y en su profesión”¹⁵.

En esta misma línea, Epstein muestra que todas las noticias son procesadas mediante las rutinas periodísticas y de ahí que sostenga que la televisión no es un simple espejo de la realidad, sino que hay decisiones previas sobre el lugar donde serán asignados las cámaras y los corresponsales. Esas decisiones, producto de las rutinas y de la capacidad de deliberación del periodista, influyen en el contenido de las noticias.

Puesto que hemos visto que tienen una influencia importante, vale la pena entonces detenerse someramente en cada una de las rutinas identificadas por los autores estudiados.

Los autores han hecho un listado de rutinas que nos permitirán aclarar cuáles son las que se utilizan de forma más recurrente en el trabajo periodístico. La enumeración y breve explicación de cada uno de estos procedimientos tiene como finalidad evaluar el alcance e influencia que pueden tener sobre el contenido de los medios.

Según Shoemaker y Reese, los medios deben encontrar y procesar “materia prima” (...), que usualmente obtienen de proveedores (...) externos a la organización, para después entregarla a los consumidores (lectores, televidentes y radioescuchas). En cada etapa, la organización se debe “adaptar a las restricciones-limitaciones sobre lo que se puede hacer”¹⁶.

A partir de lo anterior, Shoemaker y Reese explican que se puede pensar que los procedimientos de los medios son el resultado de las circunstancias relativas a tres etapas. Es decir, los procedimientos ayudan a la organización de los medios a dirigir las siguientes cuestiones: en primer lugar, ¿qué es aceptable para el consumidor (audiencia)?, en segundo lugar, ¿qué es capaz de procesar la organización (medio)? Y, por último, ¿qué materia prima hay disponible de los proveedores (fuentes)?¹⁷ Por tanto, habría rutinas relacionadas con la audiencia, otras con el medio mismo y otras con las fuentes.

¹⁵ *Ibid.*

¹⁶ SHOEMAKER, Pamela y REESE, Stephen, *op. cit.*, p. 109.

¹⁷ *Ibid.*

La influencia de las rutinas generadas desde la audiencia

Al hablar de audiencia hay que tener presente que los autores imaginan a un conjunto de consumidores que compran un producto (en este caso, información). Por eso, Shoemaker y Reese dirán que los medios están profundamente interesados en el tamaño y las características demográficas de su audiencia¹⁸.

Para estos autores, la organización de los medios debe encontrar maneras de recolección y evaluación de su materia prima. La mayor parte de estos procedimientos se ha convertido en parte de la empresa de noticias. Como los procedimientos están orientados a la audiencia, se asume que estas rutinas laborales se han desarrollado para cubrir las necesidades del sistema y se han “convertido en normas institucionalizadas y comprendidas por quienes las utilizan”¹⁹. Parece muy interesante el que las rutinas relacionadas con la audiencia sean las más numerosas; probablemente se debe a que los periodistas hacen su trabajo pensando en los intereses de su público, lo que, a su vez, supone que hay un conocimiento y un acuerdo tácito entre los periodistas y la audiencia sobre los modos de trabajo que éstos adoptarán.

Shoemaker y Reese dicen que las rutinas relacionadas con la audiencia se pueden dividir en *a priori* y *a posteriori*. Llamarán rutinas *a priori* a realidades de entidad tan diferente como la selección de las noticias, el papel del *gatekeeper*, los elementos de la noticiabilidad de un hecho, las “6 W”, la objetividad, la gráfica y el estilo y la contextualización de la información. La única rutina *a posteriori* identificada por los autores son los estudios sobre el público.

La primera rutina orientada hacia la audiencia es la propuesta por Lorenzo Gomis cuando habla de la selección como una de las prácticas más fundamentales en la producción noticiosa. Los diarios, los noticiarios radiados por diversas emisoras y televisados por diversos canales transmiten cantidad de noticias y por cada noticia echan al cesto cinco, diez o quince que, de haberse publicado, hubieran sido consideradas igualmente noticias (por el público). Y como esta selección no se hace al azar, sino “en virtud de una decisión que alguien toma, se puede deducir de ahí que unas noticias son más noticias que otras”²⁰.

¹⁸ SHOEMAKER, Pamela y REESE, Stephen, *op. cit.*, p. 110.

¹⁹ *Ibid.*, p. 117.

²⁰ GOMIS, Lorenzo, *Teoría del periodismo. Cómo se forma el presente*, Editorial Paidós, Barcelona, 1991, p. 51.

Mar de Fontcuberta introduce en la rutina de la selección un aspecto que no ha sido considerado por otros autores: la configuración de la pauta o temario del producto. La pauta depende de “la valoración que cada medio efectúa de los aconteceres de la realidad y la intención de transmitir al público ese orden de importancia para que lo haga suyo (...) esto supone, por un lado, seleccionar determinadas informaciones y excluir el resto y, por el otro, jerarquizar las que han sido escogidas”²¹.

Muy relacionada con la rutina de la selección, se ubica la rutina del *gate-keeper*. La falta de información sobre las necesidades de la audiencia con anterioridad a la publicación de las noticias ha llevado a desarrollar ciertas rutinas de predicción orientadas al público. Los medios predicen lo que una audiencia encontrará de interés e importancia y, en la práctica, “hace que los ‘gatekeeper’ se esfuercen por realizar selecciones consistentes de noticias”²².

También se suele señalar -entre las rutinas *a priori*- el tradicional concepto denominado “elementos de la noticia”. Se trata de una serie de valores informativos, ya rutinizados, que las empresas de comunicación utilizan a la hora de seleccionar y jerarquizar los hechos. Estos elementos “destilan lo que las personas encuentran interesante e importante de saber: prominencia/importancia, interés humano, conflicto/controversia, lo inusual, puntualidad y proximidad”²³.

Otra rutina *a priori* son las denominadas “6W”: qué, quién, dónde, cuándo, cómo y por qué.

La mayoría de los autores también se refiere a la gráfica y el estilo, otra de las rutinas *a priori* relacionadas con la audiencia. Los medios de comunicación no sólo tienen que entregar información, sino que deben hacerlo de manera que la audiencia la capte fácil y rápidamente.

²¹ DE FONTCUBERTA, Mar, “Pauta y calidad informativa”, *Cuadernos de Información*, Pontificia Universidad Católica de Chile, Santiago, número 13, 1999, p. 65.

²² SHOEMAKER, Pamela y REESE, Stephen, *op. cit.*, p. 111. Por otra parte, Ballinger y Reese explican que las primeras investigaciones en comunicación en Estados Unidos no trataban la creación y el control del contenido de los medios como un tema central. Se suponía que los mensajes disponibles fluían del ambiente y mantenían a la comunidad en un balance relativamente armónico. “Mediante la identificación de ‘gatekeepers’, White introdujo la noción intuitiva de que no todo lo que sucede en el mundo se convierte en noticia. No sólo esto: se veía a estos *gatekeepers* como eligiendo lo que se publicaba basados en su propia subjetividad; agregando con esto un desafío problemático a esa visión benigna de un sistema de vigilancia correctamente logrado en el sistema de los medios”. BALLINGER, Jane y REESE, Stephen, *op. cit.*, p. 647.

²³ SHOEMAKER, Pamela y REESE, Stephen, *op. cit.*, p. 111.

Al igual que la gráfica y estilo, otra de las rutinas *a priori* bastante mencionada tiene que ver con la “contextualización de la información”. Según Tuchman, las noticias requieren de un marco adecuado para ser comprendidas por los lectores.

Para concluir con las rutinas generadas por la audiencia se puede decir que la única rutina *a posteriori* identificada por los autores son los estudios sobre el público. Éstos se han transformado en una rutina importante ya que, si bien no son reflejo exacto de las opiniones que llevan a seleccionar los mensajes que producen los medios, permiten lograr una idea de los intereses del público, de “lo que vende”.

La influencia de las rutinas generadas desde el medio o procesador

El medio, en cuanto procesador del contenido noticioso, es la segunda fuente que origina rutinas profesionales.

El procesador tiene bastantes procedimientos rutinizados para llevar a cabo su labor. Entre ellos, los autores identifican los servicios de agencias informativas, los sectores y la revisión de las noticias publicadas por la competencia.

La primera rutina relacionada con el medio son los servicios de las agencias informativas. Para asegurarse un flujo continuo de noticias, los medios se suscriben a diferentes agencias informativas. Esto facilita la tarea, pero lleva a una similitud de selección y jerarquización noticiosa por parte de las diferentes empresas.

Puede llamar la atención que ya nos hayamos referido a la rutina de la selección al hablar de los procedimientos que se generan en los medios pensando en su audiencia. No es fácil hacer una distinción tan exacta o tajante de si es un procedimiento originado por las características del medio o relacionado con la audiencia. Puede decirse que se origina por ambos: es tanto el medio y las características de la organización periodística (restricciones de tiempo y espacio para generar el producto) como la existencia de una audiencia, lo que hace imprescindible un método para seleccionar y jerarquizar los eventos.

Ya hemos nombrado a los servicios de las agencias informativas como un procedimiento generado por el medio. Pero quizás la rutina más relevante relacionada con el procesador es la de sectorización, que lleva a instalar dife-

rentes reporteros en aquellos lugares donde se supone que se generan noticias, de modo que estén siempre presentes para captarlas.

La última de las rutinas relativa a los medios es la revisión de la información entregada por la competencia, para seleccionar sus propios “ángulos” informativos y su manera de entregar las noticias al público.

La influencia de las rutinas generadas desde las fuentes o proveedores

Los trabajadores de la información conocemos la realidad a través de proveedores o fuentes, porque es imposible ser testigos oculares de todos los acontecimientos. Estas fuentes, generalmente personales, acaban teniendo una influencia importantísima en el contenido de los medios. Así, acudir a las fuentes para enterarse de los sucesos se ha transformado en una rutina informativa que dicta diferentes pautas, condiciones y limitaciones a las organizaciones noticiosas.

Para lograr un producto creíble, Tuchman explica que es necesaria la relación mutua de hecho y fuente y que los informadores deben cuestionar los hechos yendo a la fuente²⁴. Además, afirma que los periodistas deben percibir a todas las fuentes como cuestionables y que los reporteros de noticias deben pasar un tiempo verificando sus afirmaciones²⁵.

De acuerdo a un estudio realizado por Sigal en 1973, citado por Shoemaker y Reese, las rutinas de las fuentes se pueden dividir en tres grupos: primero, los canales rutinarios o habituales, como los procedimientos oficiales (juicios, audiencias legislativas, etc.), comunicados y conferencias de prensa y sucesos no espontáneos (discursos, ceremonias); segundo, los canales informales, por ejemplo, la información básica, las indiscreciones, los procedimientos no gubernamentales (reuniones de asociaciones profesionales) y los informes de otras organizaciones noticiosas (entrevistas con otros periodistas y editoriales). Por último, existen los canales empresariales que son las entrevistas realizadas por iniciativa de los reporteros, los hechos espontáneos con testimonios directos (incendios, etc.), la investigación independiente y las conclusiones y análisis de los propios informadores²⁶.

²⁴ *Ibid.*, p. 84.

²⁵ *Ibid.*

²⁶ Cfr. SHOEMAKER, Pamela y REESE, Stephen, *op. cit.*, p. 128.

Sigal concluye en su estudio que los canales rutinarios son los más usados por los trabajadores de los medios de comunicación, lo que permite afirmar que las fuentes oficiales (en todo ámbito) son las más requeridas por los periodistas.

A varios de los autores estudiados les preocupa el tema del uso de las fuentes oficiales y cómo esto repercute en el contenido de la información.

Lo que se ha expuesto hasta ahora muestra que las rutinas periodísticas y su relación con la audiencia, el medio y las fuentes nos permiten entender con más profundidad la influencia que éstas tienen en los contenidos de las noticias. A partir de esta enumeración es fácil darse cuenta cómo las organizaciones periodísticas han dado origen a un número bastante grande de procedimientos para ordenar al lector, televidente o radioescucha y organizar la información de la que disponen. Se observa que las rutinas afectan desde distintos ángulos al mensaje periodístico: desde la audiencia, medio o fuentes.

Un análisis del origen, características y tipología de las rutinas ha sido de utilidad en cuanto ha permitido concluir que las rutinas utilizadas por los periodistas tienen directa relación con el contenido de las noticias. De esta manera, mientras los trabajadores sigan los procedimientos de sus organizaciones, mayor es la probabilidad de que su contenido se utilice. Los procedimientos por medio de los cuales se recolecta, da forma y difunde la información afectan el contenido de los medios. Por ejemplo, la determinación de lo que pasa o no, comprende la selección, configuración y repetición de la información. Las fechas límites pueden evitar la comunicación de la “verdad”. La pirámide invertida permite ordenar la información en una nota de acuerdo a lo que el periodista piensa que es importante. Con razón, Shoemaker y Reese han afirmado que si los procedimientos fueran diferentes, “el contenido de los medios sería diferente”²⁷.

ALGUNAS RUTINAS UTILIZADAS EN LA PROGRAMACIÓN DE TELEVISIÓN

No hay bibliografía que identifique las rutinas utilizadas por los profesionales que se dedican a la programación de entretenimiento en televisión. La bibliografía sólo hace referencia a los procedimientos mecánicos utilizados en el ámbito informativo. Sin embargo, de la observación de la programación

²⁷ *Ibid.*, p. 265.

se pueden deducir algunas rutinas o, al menos, algunos conceptos que se repiten en los programas y que los canales de televisión aplican mecánicamente. La aplicación de las rutinas en la entretención obedece a los mismos factores que originan la aplicación de las rutinas para elaborar una noticia. La falta de tiempo, de personal y de presupuesto hace que se recurra a parámetros de fácil aplicación, que atraigan a la audiencia, que signifiquen costos bajos, que puedan ser aplicados mecánicamente, sin mucha deliberación y que además suban el *rating* y, por lo tanto, el interés de los avisadores y las ganancias del medio.

Si miramos con este criterio los programas, vemos que muchos de ellos, al menos en Chile, tienen un alto contenido de violencia y sexo, porque estos dos elementos “entretienen” al público. Otro elemento usado con frecuencia hace alusión a la intimidad de personajes públicos y, ahora también, a la de personas no conocidas. Al igual que la violencia y el sexo, la intimidad de otros es un tema que “atrae” al público y es usado con frecuencia en los programas. Así, la programación cae fácilmente en la frivolidad y superficialidad al tratar los temas.

INFLUENCIA DE LAS RUTINAS EN LA CALIDAD DEL PRODUCTO

¿Qué repercusiones tiene la aplicación de las rutinas en la calidad del producto? Veamos primero qué se entiende por calidad en la programación de entretención. Charo Gutiérrez²⁸ hace referencia a un estudio de la *Broadcasting Research Unit* (BRU) que señala que la calidad puede disminuir por la obligación de maximizar los índices de audiencias. Un segundo factor de disminución de la calidad es el miedo a fracasar debido a la presión de estos índices. La tercera causa es la escasez de tiempo para la creación y realización de programas. Un cuarto elemento es tener como criterio prioritario maximizar las audiencias. Un quinto factor es que en los equipos de producción de los programas se tenga la conciencia de que están trabajando tan sólo para conseguir dinero. Según Charo Gutiérrez, el BRU considera, además, que la disminución de la calidad de los programas también está vinculada con la existencia de otros programas menos costosos y menos creativos, que pue-

²⁸ GUTIÉRREZ GEA, Charo, “Televisión y calidad: Perspectivas de investigación y criterios de evaluación”, disponible en el URL: <http://www.ehu.es/zer/zer9/9gutierrez.html>, 11 de septiembre de 2006.

den obtener el mismo o superior índice de audiencia. “Una televisión de calidad es cara porque no suele apelar al rendimiento inmediato y a las grandes audiencias. Dado que la naturaleza de la audiencia de televisión es resistente a lo nuevo, se produce la tentación a menudo de utilizar fórmulas que ya han funcionado en otras televisiones”²⁹.

La mayoría de los estudios de calidad en los medios tienen su origen en las ciencias sociales, que formulan teorías que tratan de explicar cómo funciona el mundo, más que ayudar a las empresas de comunicación en la producción de programas de mayor calidad. Las empresas se han visto, por lo tanto, obligadas a recurrir a la investigación de mercado para determinar sus contenidos.

Hay algunos estudios dedicados a la calidad en las empresas de comunicación (Nieto e Iglesias, 2000; Sánchez Taberner, 2001; Lacy, 2000; Picard, 2000). En un artículo de 2001, Mercedes Medina revisa, desde una perspectiva teórica, la doctrina sobre la calidad en televisión. En su investigación reconoce que la calidad de la televisión en Europa comienza a ser cuestionada con la privatización y liberalización del sector a finales de los años ochenta. Gran Bretaña es el país que más ha reflexionado sobre calidad, tanto desde la BBC como desde organismos independientes.

Hay algunos trabajos que buscan una mayor objetivación de este tema y proponen mediciones concretas en este sentido. Por ejemplo, el libro editado por Sakae Ishikawa (1996): *Quality Assessment of Television*. El libro es el resultado de una investigación comenzada en 1990 y llevada a cabo en cinco países con auspicio de la NHK (televisión pública japonesa).

Los estudios sobre calidad en la televisión chilena han sido realizados principalmente por el Consejo Nacional de Televisión. Durante los últimos cinco años, el Consejo ha realizado la Encuesta Nacional de Televisión, que mide: nivel de satisfacción de la audiencia con la televisión abierta y por cable, niveles de credibilidad (comparado con otros medios), la calidad percibida del público respecto a los diferentes géneros programáticos, las razones de insatisfacción, el tipo de contenidos inadecuados según el público, opinión respecto de la cobertura de distintos temas, la posición del público respecto de la exhibición de escenas de sexo y violencia excesiva, etc.

²⁹ *Ibid.*

Charo Gutiérrez señala que en el Reino Unido se vincula la calidad de la televisión con la capacidad que puede tener una programación de televisión para ofrecer al telespectador productos “fascinantes y profundizantes cuyo efecto sería el de hacer que el telespectador sienta que los horizontes se abren y que hay nuevos espacios por descubrir porque su imaginación y la del realizador del programa están trabajando juntas”³⁰.

EFFECTOS NEGATIVOS DE LAS RUTINAS PERIODÍSTICAS EN LA INFORMACIÓN

Vimos que las rutinas periodísticas son una respuesta a las necesidades prácticas de los medios de comunicación, analizamos cómo se originan y relacionan tanto en la audiencia, como en los medios y en las fuentes, y cómo su aplicación afecta el contenido del mensaje. Ahora analizaremos por qué sus bondades no están aseguradas. Éstas dependen del manejo que los medios y los periodistas tengan de las rutinas que emplean, porque cuando no son aplicados correctamente, dichos procedimientos sistematizados terminan afectando negativamente la calidad del producto.

En las dos posibilidades anteriores radica la ambivalencia de dichas prácticas profesionales del periodismo, lo cual no significa que las rutinas sean, de suyo, perjudiciales; pero sí, necesitan ser cuidadosamente controladas por el medio y sus trabajadores, para que lleven a cabo la labor para la cual fueron pensadas.

Lo anterior resulta muy importante tanto para los *mass media*, como para el público, si se tiene en cuenta la enorme responsabilidad social de las empresas informativas y de entretención.

Dado que los medios son los que presentan al público una realidad a la que no tiene acceso directo, y que éste, a partir de lo que aprende de los productos informativos, comprende la cultura a la que pertenece y toma decisiones de relevancia en lo privado y en lo público, la calidad del trabajo de los medios resulta fundamental para la sociedad.

Es importante que los periodistas y las empresas informativas sopesen las repercusiones que puede tener el uso de las rutinas periodísticas ya que, tal como afirmábamos anteriormente, las bondades de las rutinas no están asegu-

³⁰ *Ibid.*

radas. Esto significa que la simple constatación de procedimientos sistematizados en la producción noticiosa no asegura un producto de calidad. Garantizan sí el poder sortear las dificultades impuestas por las características propias del trabajo, pero no la calidad de la información que se entrega al público.

Hemos identificado tres peligros reales cuando se abusa de o no se utilizan correctamente las rutinas: la homogeneización, la mecanización y, por último, el tema de la falta de profesionalismo y/o los subsidios informativos.

Homogeneización informativa

El primer peligro que identifican los autores es el de la homogeneización en la información. Además de la pérdida de calidad, Mar de Fontcuberta explica que las rutinas, al ser compartidas por todos los periodistas, tienden a homogeneizar la información, homogeneización que se acrecienta cuando las rutinas se mecanizan³¹.

La autora valora negativamente este proceso; explica que resulta grave, ya que conlleva una manipulación de la realidad que se presenta al público y que afecta a la natural jerarquización de los acontecimientos. Es también un peligro para los medios de comunicación de masas, porque no les permite cumplir con una de sus principales tareas, la de satisfacer las necesidades informativas de la audiencia, que son “el conjunto de informaciones que precisa un ciudadano para desenvolverse con autonomía de juicio y libertad de acción en la sociedad en que vive”³².

Haciendo uso de las rutinas, explica Mar de Fontcuberta, los medios construyen una red informativa³³ espacial según la cual los sucesos se definen como noticias cuando los periodistas son testigos o cuando pueden saber de ellos sin mayor esfuerzo. “Eso implica que los medios informan fundamentalmente de los hechos que suceden donde tienen corresponsales o reporteros y los suelen tener en los lugares que (a priori) consideran importantes”³⁴. Así, si un hecho no se produce en la jornada laboral de un periodista, tendrá

³¹ DE FONTCUBERTA, Mar, *La noticia...op. cit.*, p. 57.

³² DE FONTCUBERTA, Mar, *Pauta y calidad...op. cit.*, p. 62.

³³ Tal como vimos al hablar del origen de las rutinas periodísticas, Gaye Tuchman fue quien acuñó el concepto de “red informativa” y, al igual que en esta investigación, Mar de Fontcuberta también la interpreta en relación con las rutinas informativas.

³⁴ DE FONTCUBERTA, Mar, *La noticia...op. cit.*, p. 139.

muchas menos posibilidades de ser noticia³⁵. Este tipo de cobertura noticiosa es una forma de homogeneización informativa originada por la mecanización de uno de los procedimientos sistematizados: el de sectorización.

En este contexto, la autora agrega que las rutinas, aunque ayudan a sortear dificultades prácticas, suelen acabar como un marco rígido para la información, marco que, por lo demás, determina los contenidos temáticos y las ausencias informativas³⁶. Cuando se mecanizan los procedimientos sistematizados, las decisiones importantes del proceso productivo de la noticia se toman de manera automática, sin reflexión alguna³⁷.

Las rutinas requieren de un fuerte apoyo intelectual para no devenir en una suerte de operación mecánica y de resultados irracionales. Es importante tener presente este aspecto, para que no suceda lo que denuncia Mar de Fontcuberta, que “en nombre de las rutinas, los medios incluyen y jerarquizan, pero, sobre todo, excluyen información”³⁸.

5.2. Mecanización y baja calidad

El nombre mecanización tiene que ver con el uso abusivo de las rutinas, que mencionábamos anteriormente. Este se produce cuando se absolutiza el componente mecánico presente en todo comportamiento rutinario (tal como veíamos en el origen sociológico del concepto de rutina) y pasa a segundo plano el objetivo que inicialmente se perseguía con él.

Se trata de un abuso que consiste en abandonar la producción informativa a la acción automática de las rutinas, lo que hace que el trabajo periodístico pierda su componente intelectual y degenera en una actividad casi mecánica. “Se considera que el trabajo de elaborar noticias no es ocupación para un obrero, sin embargo, (cuando se abusa de los procedimientos según los cuales se produce la información) la producción de noticiarios es, en muchos casos, organizada como la producción fabril”³⁹.

³⁵ *Ibid.*, p. 140.

³⁶ VALDÉS, Magdalena, *La Pauta en El Mercurio de Valparaíso*, Tesina para optar al grado de Licenciado en Información Social, Escuela de Periodismo, Universidad de los Andes, Santiago, Chile, 1999, p. 32.

³⁸ DE FONTCUBERTA, Mar, *La noticia... op. cit.*, p. 149.

³⁹ SHOEMAKER, Pamela y REESE, Stephen, *op. cit.*, p. 105.

En este sentido, Bantz argumenta que “cuando se abusa de las rutinas, una sala de redacción se asemeja a una ‘fábrica de noticias’ que divide las tareas en segmentos para distintas etapas a lo largo de la ‘línea de ensamble’, desde las ideas de la nota hasta la presentación final del producto. Esta estructura altamente sistematizada con frecuencia carece de flexibilidad, lo cual significa, para los trabajadores que el medio en cuestión carece de inversión en personal⁴⁰ y que no tiene control sobre el producto final”⁴¹. Esa pérdida de control lleva necesariamente a una pérdida de la calidad.

Este tipo de estructuración responde positivamente a las exigencias del trinomio que enmarca la información, pero suele tergiversar la realidad que se presenta al público y, además, “no estimula aquellos valores profesionales expuestos por los trabajadores de noticias quienes sólo son evaluados por su productividad: realizar la tarea a tiempo, más que bien hecha, tal como lo resume la anécdota de la nota ‘rápida y sucia’”⁴².

Abusar de las rutinas tiene muchas y graves consecuencias informativas, no sólo para los trabajadores, sino también para el público, que recibe una versión poco fidedigna de la realidad social. Molotch y Lester explican que, por el abuso de los procedimientos periodísticos, “hay sucesos que no sobresalen por ellos mismos y que, más bien, son promovidos a la condición de ‘sucesos’ por cualquiera de las fuentes y de los medios. Por ello, para entender qué se convierte en noticia se deben comprender los procedimientos que tocan su construcción”⁴³.

En el fondo, el problema es asignar a las rutinas un papel que no les corresponde. Éstas son un apoyo para la producción noticiosa, una parte de ésta que, para funcionar correctamente, requiere de un fuerte control ejercido por el trabajo intelectual de los profesionales de la comunicación. “Los procedimientos pueden considerarse medios para un fin, aunque con frecuencia estos medios, habiéndose institucionalizado, se adoptan como forma de existencia”⁴⁴.

⁴⁰ En este punto, Bantz concuerda con Gans, quien, tal como vimos al hablar del origen de las rutinas periodísticas, afirma que la falta de personal también influye en la producción de las noticias.

⁴¹ SHOEMAKER, Pamela y REESE, Stephen, *op. cit.*, p. 105.

⁴² *Ibid.*

⁴³ *Ibid.*, p. 106.

⁴⁴ SHOEMAKER, Pamela y REESE, Stephen, *op. cit.*, p. 104.

Mecanización, falta de profesionalismo y subsidios informativos

Ahora bien, además de lo que se refiere a la homogeneización de los contenidos y mecanización de los procedimientos (que obviamente afecta al producto y al público que lo recibe), las rutinas, al facilitar una tarea en principio muy difícil, también pueden terminar distorsionando el profesionalismo de las empresas de comunicación y de sus trabajadores. “Demasiadas veces se contempla como inevitable lo que es sólo pura conveniencia: para los medios, que no tienen que forzar ni incrementar los recursos humanos y técnicos que dedican a la información; (...) y para un amplio sector de periodistas que, por comodidad o interés, delegan la facultad de informar en instancias ajenas a su profesión”⁴⁵.

De hecho, tal como postula Oscar Gañid, los profesionales de la comunicación suelen dejarse llevar por la comodidad que les significa trabajar a partir de rutinas y acaban ofreciendo a su público “subsidios informativos” en vez de información de calidad.

Gañid define subsidio informativo como “un intento de influenciar las acciones de otros controlando su acceso a y su uso de información relevante para esas acciones. Esta información se caracteriza como subsidio porque la fuente de ella la hace accesible a un costo menor al que el usuario hubiera debido pagar en ausencia del subsidio”⁴⁶. Según el mismo autor, “el ofrecimiento de un subsidio informativo a través de los medios envuelve un esfuerzo que reduce el costo que enfrenta el reportero, el periodista o el editor al momento de producir la noticia. Enfrentados a las limitaciones de tiempo y a la necesidad de generar noticias publicables, los periodistas acudirán y utilizarán la información subsidiada que cumpla con ese objetivo”⁴⁷. Entre los subsidios se cuentan las conferencias y comunicados de prensa, las invitaciones a comer y los viajes en que se entrega información, entre otros.

EFFECTOS NEGATIVOS DE LA APLICACIÓN DE LAS RUTINAS EN LA ENTRETENCIÓN

Podemos afirmar que la mecanización de las rutinas, con la consiguiente homogeneización de la información, falta de profesionalismo de los perio-

⁴⁵ DE FONTCUBERTA, Mar, *La noticia... op. cit.*, p. 141.

⁴⁶ RAMÍREZ, Paulo, *op. cit.*, p. 28.

⁴⁷ *Ibid.*

distas y la entrega de información subsidiada y de mala calidad, impiden que las empresas informativas cumplan con éxito el papel que tienen.

Las rutinas, aplicadas mecánicamente, también tienen efectos negativos en los programas de entretenimiento. Los efectos son similares a los de la aplicación mecánica en la elaboración de las noticias. Se produce una homogeneización de los productos entre los diferentes canales y también se disminuye la calidad de los programas. Los efectos de la aplicación de las rutinas en la entretenimiento están bien tipificados por Mercedes Medina, que aclara que los medios, traicionando sus estructuras liberales, dan prioridad a unas voces y a determinados enfoques sobre otros. La controversia, el enfrentamiento, el pesimismo, la desesperanza, los problemas y las dificultades, se presentan como las únicas actitudes posibles y los únicos hechos reales. “El diálogo, la reconciliación, la visión constructiva y las soluciones, no se presentan como opciones habituales de los contenidos, que se difunden en los medios”⁴⁸.

Entonces, el abuso de las rutinas podría provocar en los programas de entretenimiento las siguientes situaciones: “las relaciones amorosas se expresan en términos de conquista, poder y satisfacción egoísta del placer, en lugar de entrega, compromiso y sacrificio”⁴⁹. Medina añade que se ha producido una apertura de los umbrales de la intimidad y del pudor hasta el extremo de anular esas fronteras y vaciar de contenido los ámbitos privados e internos de las personas.

POSIBLES SOLUCIONES

Una primera solución exige que el profesional piense qué quiere mostrar. Medina señala que éste debe tomar decisiones profesionales, orientar, dar sentido y enfoque. Una de estas decisiones requiere pensar que las necesidades del público no siempre coinciden con sus gustos. Mercedes Medina dice que cuando los programas de televisión se hacen con la finalidad de servir a la audiencia, entonces se puede reconocer que están difundiendo cultura. “La cultura sólo puede ser tal cuando está puesta al servicio de las personas y refleja la imagen fiel de su dignidad y sus intereses”⁵⁰.

⁴⁸ MEDINA, Mercedes, “Algunas claves para incluir criterios de calidad en la cultura televisiva”, disponible en el URL: <http://193.146.228.30/congresoV/ponenciasV/mercedes%20medina.pdf#search=%22mercedes%20medina%2C%20algunas%20claves%20para%20incluir%22>, 10 de septiembre de 2006.

⁴⁹ *Ibid.*

⁵⁰ *Ibid.*

Por otra parte, Medina añade que el entretenimiento verdadero suele estar relacionado con el humor, el talento y la innovación.

Otro elemento que hay que considerar para aumentar la calidad, como afirma Medina, es que el concepto de calidad aplicado a los productos informativos y de entretenimiento pretende asumir los estándares que tienen en cuenta la dimensión humana y el respeto a la intimidad.

Se suele asociar a la calidad de la televisión el concepto de diversidad. Una de las funciones claves de las instituciones públicas de televisión es reflejar la diversidad existente de opiniones, ofreciendo una fuente de información plural y diversa, y una programación general basada en el concepto de diversidad que permita satisfacer las necesidades de los telespectadores.

Charo Gutiérrez aclara que la mayoría de las reflexiones e investigaciones que se han realizado sobre la calidad coinciden en afirmar que el sistema televisivo debe ofrecer una amplia tipología de programas, que deben diversificarse como géneros, como contenido, como tipologías, estilos, como posiciones y opiniones a expresar⁵¹.

En distintas investigaciones, se ha estudiado la diversidad como un elemento de calidad en la programación televisiva y se han elaborado distintos métodos e indicadores para evaluar la diversidad. La diversidad como elemento de la calidad tiene la ventaja de que ésta se puede medir con una cierta precisión, aclara Gutiérrez: la hora dedicada a un tipo de programa; los recursos económicos y profesionales destinados a diferentes tipos de programas; el tiempo y el espacio dedicado a un grupo social, étnico, etc.; entre otros indicadores.

Charo Gutiérrez también alude a la diversidad estilística. Esta dimensión se puede definir como un indicador que revela dónde y cuántos programas se han encontrado que tengan un estilo específico, unas características diferenciadoras y unos valores propios, distintos a los modelos estandarizados.

A Gutiérrez le parece que la calidad no puede ser un concepto que pueda ser totalmente codificado. Aclara que puede ser desarrollada si está sustentada por un sistema de creencias o principios que necesita un apoyo estructural. Hace una enumeración de las condiciones necesarias para desarrollar la

⁵¹ Cfr. GUTIÉRREZ, Charo, *op. cit.*

calidad: la primera es que exista libertad editorial, que permita alejarse de la obligación de maximizar los índices de audiencia. El segundo requisito es disponer de tiempo para la creación y la realización de los programas. La tercera condición es que el personal que realiza los programas en televisión tenga un nivel alto de profesionalidad. El cuarto elemento que puede ayudar a desarrollar la calidad es que se disponga de productores de programas que estén bien formados. La quinta condición se vincula con la posibilidad para asumir riesgos y fracasar sin que esto conlleve una pérdida notable de ingresos y de expectativas. El sexto elemento hace referencia a orientarse por el criterio de la excelencia. La séptima condición es que los equipos de producción tengan la convicción (la misión) de que deben “educar a la nación”, en vez de entretenerla, como único objetivo.

La autora añade otros requisitos para asegurar la calidad. El primero y fundamental está vinculado con la necesidad de que en el medio televisivo exista una sólida seguridad financiera para al menos los tres años siguientes, pues este tiempo es necesario para la producción de seriales, documentales y producciones artísticas de gran envergadura. El segundo está relacionado con la importancia que tiene en el medio televisivo el disponer de una dotación de personal con talento acreditado, pues la televisión es una empresa colectiva. Por ello, los países pequeños necesitan importar grandes cantidades de programas extranjeros a fin de mantener este nivel. La tercera condición se vincula con el tema de que las iniciativas para la producción de los programas deben proceder del personal involucrado en dicha actividad, y no de agentes para quienes los programas son medios para alcanzar fines (audiencias, clientes, dinero).

Lo último que podemos mencionar es que para lograr una programación de calidad se necesita un acuerdo con los empresarios y avisadores. Los avisadores deben apostar por la calidad más que por el *rating*. Medina dice que una amenaza a la calidad es la falta de interés de los empresarios por prestar un servicio a la audiencia, en el que además de entretener, se “aporten actitudes, valores, ideas dignas de una cultura sana y respetuosa con la dignidad de las personas”⁵².

⁵² MEDINA, Mercedes, *op. cit.*

BIBLIOGRAFÍA

- ALSINA, Miguel Rodrigo, *La Construcción de la Noticia*, Editorial Paidós, Barcelona, 1989.
- ARRIAGADA, Eduardo, “Los periódicos en crisis (IV): Cifras de Chile” en *Cuadernos de Información*, Pontificia Universidad Católica de Chile, Santiago, número 6, 1990, pp. 61-69.
- BALLINGER, Jane y REESE, Stephen, “The Roots of a Sociology of News: Remembering Mr. Gates and Social Control in the Newsroom”, en *Journalism & Mass Communication Quarterly*, volume 78, number 4, Winter 2001, pp. 641-658.
- CANEL, María José y SÁDABA, Teresa, “La investigación académica sobre las actitudes profesionales. Una descripción del estado de la cuestión”, en *Comunicación y Sociedad*, Universidad de Navarra, Pamplona, volumen XII, número 2, 1999.
- COLOMBO, Furio, *Últimas noticias sobre el periodismo. Manual de periodismo internacional*, Editorial Anagrama, Barcelona, 1997.
- CONSEJO NACIONAL DE TELEVISIÓN, *Estudio Estadístico de Televisión Abierta 2000-2004*, Santiago de Chile, 2004.
- CROTEAU, David y HOYNES, William, *Media/Society*, Pine Forge Press, California, 1997.
- DE FONTCUBERTA, Mar, *La noticia: pistas para descubrir el mundo*, Editorial Paidós, Barcelona, 1993.
- DE FONTCUBERTA, Mar, “Pauta y calidad informativa”, *Cuadernos de Información*, Pontificia Universidad Católica de Chile, Santiago, número 13, 1999.
- FISHMAN, Mark, *Manufacturing the News*, University of Texas Press, Austin, 1980.
- GARCÍA AVILÉS, José Alberto, *Periodismo de Calidad: Estándares Informativos en la CBS, NBC y ABC*, Ediciones Universidad de Navarra, Pamplona, 1996.
- GOMIS, Lorenzo, *Teoría del periodismo. Cómo se forma el presente*, Editorial Paidós, Barcelona, 1991.
- GUTIÉRREZ GEA, Charo, “Televisión y calidad: Perspectivas de investigación y criterios de evaluación”, disponible en el URL: <http://www.ehu.es/zer/zer9/9gutierrez.html>, 11 de septiembre de 2006.
- MEDINA, Mercedes, “Algunas claves para incluir criterios de calidad en la cultura televisiva”, disponible en el URL: <http://193.146.228.30/congresoV/ponenciasV/mercedes%20medina.pdf#search=%22mercedes%20medina%2C%20algunas%20claves%20para%20incluir%22>, 10 de septiembre de 2006.
- PELTZER, Gonzalo, *Periodismo con pasión*, Editorial Ábaco de Rodolfo Depalma, Buenos Aires, 1996.
- RAMÍREZ, Paulo, “Rutinas periodísticas en los medios chilenos: una transición incompleta”, *Cuadernos de Información*, Pontificia Universidad Católica de Chile, Santiago, número 10, 1995, pp. 22-34.
- REESE, Stephen y SHOEMAKER, Pamela, *Mediating the Message: Theories on Influences on Mass Media Content*, Longman Publishing Group, New York, 1991.
- RODRÍGUEZ, Darío, *Cultura Organizacional. Elementos para su Estudio*, Ediciones Universidad Católica de Chile, Santiago, 2001.
- TUCHMAN, Gaye, “Objectivity as Strategic Ritual: An Examination of Newsmen’s Notions of Objectivity”, en *American Journal of Sociology*, volume 77, number 4, 1972.
- TUCHMAN, Gaye, *Making News. A Study in the Construction of Reality*, Free Press, New York, 1978.
- VALDÉS, Magdalena, *La Pauta en El Mercurio de Valparaíso*, Tesina para optar al grado de Licenciado en Información Social, Escuela de Periodismo, Universidad de los Andes, Santiago, Chile, 1999.