
UNA APLICACION DEL MODELO DIALECTICO: EL PROCESO DE MEDIACION ESTRUCTURAL EN LA PRENSA ESCRITA

María Antonia Arias Fernández

La Teoría de la Comunicación se diferencia de otras ciencias porque no dispone todavía de un único paradigma que pueda dar cuenta de todos los fenómenos comunicativos. Así como en otros campos del conocimiento científico se han formalizado los objetos de estudio, los investigadores que estudian la interacción comunicativa entre los seres vivos no tienen un único lenguaje, porque en esta investigación concurren factores de distinta naturaleza: señales —orden físico—, modelos de representación —orden cognitivo—, instrumentos de producción y recepción de señales —orden biológico.

La ausencia de un lenguaje único en la Teoría de la Comunicación lleva consigo varias consecuencias. En primer lugar, el hecho de que se tenga que acudir a otras ciencias en busca de metodologías de análisis, porque se comparten con ellas objetos de estudio: como segunda consecuencia, señalemos que no existe una sola preocupación teórica a la hora de interpretar los fenómenos comunicativos, lo cual se traduce en la creación de diversos paradigmas que investigan diferentes aspectos de la comunicación¹.

Las anteriores observaciones no deben hacer pensar que es imposible avanzar en el desarrollo científico de la comunicación. Para operar en este

¹ Cfr. M. A. ARIAS FERNÁNDEZ y otros, «Los Modelos de la Comunicación», en M. MARTÍN SERRANO y otros: *Teoría de la Comunicación. I. Epistemología y análisis de la referencia*, Madrid, A. C. (ed.), 2.ª ed., 1982, pp. 121-157.

campo se hace necesario el empleo de modelos teóricos. La utilización de estos modelos en comunicación puede llevarse a cabo mediante dos alternativas: *a)* a un nivel teórico, intentando dar cuenta de la diversidad de los fenómenos comunicativos, y *b)* mediante la aplicación de los presupuestos teóricos y metodológicos del modelo general a procesos de comunicación concretos, dando cuenta de las razones de su especificidad. En nuestro caso, aplicamos el Modelo Dialéctico desarrollado por Manuel Martín Serrano y colaboradores para estudiar uno de los aspectos del proceso de comunicación de masas: el análisis de la Mediación Estructural en la prensa escrita, y en particular en los diarios de información general.

Supuestos metodológicos del Modelo

El Modelo Dialéctico pretende dar una respuesta global y general a los fenómenos comunicativos porque tiene en cuenta las relaciones que de hecho se manifiestan entre todos los componentes de la comunicación. Este paradigma evita una posible explicación determinista² de cualquier proceso comunicacional, al interpretar la comunicación como un sistema cuyos componentes se relacionan de manera solidaria en cualquier proceso. Estos componentes son los Actores, los Instrumentos, las Expresiones y las Representaciones³.

Resumimos algunos presupuestos teóricos del Modelo con objeto de facilitar el posterior análisis efectuado en la prensa. En su primer nivel de estudio, el Modelo estudia los cuatro componentes implicados de manera obligatoria en el sistema de comunicación; estos componentes se afectan mutuamente; quiere decirse con ello que es imposible analizar cualquier proceso si no se tienen en cuenta estas afectaciones.

Para los fines de nuestro análisis interesa no tanto el estudio de los componentes como insistir en que, en el segundo nivel de estudio, el Modelo prevé una apertura del sistema de comunicación respecto al sistema social y al sistema de objetos de referencia (este último compuesto por todos aquellos entes materiales o ideales, sujetos, acontecimientos, etc., a propósito de los cuales se establece un intercambio comunicativo). El interés de este artículo radica en desarrollar uno de los aspectos considerados en este segundo nivel de análisis; nivel que, desde un punto teórico y metodológico, se caracteriza porque estudia los usos sociales de la comunicación. Exponemos a continuación las características de uno de los aspectos del proceso de comunicación

² Una explicación determinista del proceso consistiría en atribuir la eficacia de la comunicación a un único componente, por ejemplo, a los emisores.

³ Para la profundización de los conceptos teóricos del Modelo remitimos al lector al artículo de Manuel MARTÍN SERRANO, «Propuesta de un Modelo Dialéctico para el estudio de los sistemas de comunicación», en M. MARTÍN SERRANO y otros, *op. cit.*, pp. 159-174.

de masas: la Mediación Estructural, proceso que se realiza en el interior del propio sistema de comunicación, pero que no es ajeno a las afectaciones del sistema social donde se desarrolla la comunicación.

El proceso de Mediación Estructural

Los estudios, preocupados por los procesos de comunicación de masas, centran su interés, en su mayoría, en los contenidos comunicativos y en los efectos que estos procesos tienen en la sociedad. Independientemente del carácter instrumental de algunas de ellas, las investigaciones en comunicación de masas suelen olvidar un aspecto: la producción de comunicación; dicho con otras palabras: la manera en la cual se produce información que va a ser consumida por los usuarios de los Medios de Comunicación de Masas⁴.

En el ámbito de la comunicación abundan las investigaciones sobre los contenidos comunicativos puestos en relación con las ideologías e intereses de los grupos que controlan los MCM⁵. En cambio, las investigaciones referidas a la manera de producir los relatos que ofrecen los Medios son escasas. Cuando los autores se han preocupado por este tema, consideran tan sólo el aspecto formal de la presentación de noticias⁶.

Desde nuestra perspectiva teórica, los aspectos formales y materiales de los relatos periodísticos deben de analizarse dentro del proceso de producción de comunicación social; no puede entenderse la forma material de producir relatos en los MCM de manera aislada a aquello que producen, a aquello que invocan dichos relatos. Interpretándolo así, se inserta dicho proceso en el marco de la Teoría de la Mediación, en el estudio del control que se lleva a cabo a través de las representaciones sociales facilitadas por los MCM⁷.

⁴ Algunos estudios atribuyen a la investigación realizada en EE UU este carácter instrumental porque esta investigación está basada en el conocimiento de las técnicas para el control social. Puede consultarse, a este respecto, A. MATTELART, «Críticas a la "communication Research"», en J. GODED (comp.): *Los Medios de la Comunicación colectiva*, México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Centro de Estudios de la Comunicación, 1976, pp. 165 y ss.

⁵ En esta línea de investigación, puede citarse la perspectiva teórica que pone en relación las funciones de la comunicación de masas en la sociedad desde un análisis crítico de estas funciones: «La función de reproducción es, con mucho, la más importante y básica de los medios de comunicación de masas. Bajo la apariencia de la objetividad, diversidad, indiferencia e imparcialidad de la producción de los medios se esconde un uso de los códigos que revela la transmisión de normas selectivas, las relaciones de poder de la sociedad o la relación de la organización con la estructura de dominio social»; cfr. V. ROMANO GARCÍA, *Introducción al periodismo. Información y conciencia*, Barcelona, Teide, 1984, p. 128.

⁶ Ejemplo de estos estudios son los análisis sobre las maquetas de periódicos; cfr. J. KAYSER, *Le quotidien français*, París, Colin, 1966; V. MORÍN, *Tratamiento periodístico de la información*, Barcelona, ATE, 1974.

⁷ Las fuentes teóricas de esta perspectiva proceden de los análisis sobre la mediación efectuados por Manuel MARTÍN SERRANO en sus obras *La Mediación Social* y *La Producción de Comunicación Social*.

Cabe analizar la producción de comunicación independientemente a los efectos que, a nivel cognitivo, tiene la comunicación de masas. La razón que permite esta separación radica en el hecho de que la forma de producir relatos periodísticos es un aspecto distinto, aunque interdependiente de los contenidos comunicativos ofrecidos por los Medios. Ambos aspectos remiten a la tarea que cualquier mediador implicado en la comunicación de masas —y en nuestro caso, los individuos que trabajan en las empresas periodísticas— tiene que realizar: el mediador selecciona determinados aspectos de lo que ocurre en nuestro entorno; de esta selección surgen diferentes productos comunicativos (noticias, telefilmes, emisiones radiofónicas). En este proceso, las afectaciones entre sociedad y comunicación se dan de forma solidaria; cualquier producto comunicativo facilitado por los Medios refleja estas interdependencias:

«El producto de los MCM es un objeto fabricado para servir como soporte de información, cuya peculiaridad, respecto a cualquier otro tipo de objetos, reside en que propone al usuario una elaboración de datos en los que está implícito un punto de vista a propósito de lo que acontece. La interacción entre sistema social, que provee de los recursos necesarios para producir objetos comunicativos, y el SCo (sistema cognitivo), que se sirve de esas herramientas y de esos productos para procesar las representaciones de lo que acontece, está sobredeterminado por lo que sucede a nivel de sistema de referentes»⁸.

El relato periodístico manifiesta un doble aspecto: por una parte, es un producto que da cuenta de una elaboración cognitiva, pues se refiere siempre a una manera de interpretar la realidad; el segundo aspecto viene dado porque el periódico es un producto material, sometido a las leyes de mercado como cualquier otro bien. Lo específico del producto comunicativo es que expresa y distribuye industrialmente «representaciones sociales». Con el nombre de *Mediación Estructural* nos referimos al proceso que considera el segundo aspecto mencionado, proceso referido a la «dimensión objetal» del relato periodístico y que Martín Serrano define como

«El conflicto entre la apertura del médium al acontecer imprevisto y su cerramiento en una forma comunicativa, pide una mediación estructural. La mediación estructural está destinada a conseguir que aquello que irrumpe sirva para realimentar las modalidades comunicativas que cada medio produce. Es una tarea agónica en la que los artífices del medio se ven obligados a recurrir, para perpetuar la forma expresiva que producen, a aquella fuente de información que cada día vulnera

⁸ Cfr. M. MARTÍN SERRANO, *La Producción de Comunicación Social*, Madrid, Alianza (en prensa).

los marcos formales de la comunicación: es decir, el acontecer imprevisible»⁹.

En la comunicación de masas, la existencia de la Mediación Estructural sirve para que los equipos profesionales —los periodistas— ajusten todo aquello que ocurre en nuestro entorno a la manera formal y material de producir relatos; como puede entenderse, este proceso se lleva a cabo de manera diferente según los distintos Medios. Paralelamente a la Mediación Estructural, la Mediación Cognitiva se justifica, a su vez, porque los mediadores ajustan el cambio del acontecer a la reproducción de normas¹⁰. Ambos procesos son solidarios, aunque cabe un análisis independiente de cada uno de ellos.

Características de la Mediación Estructural en la prensa escrita. Modelo de análisis

La naturaleza tecnológica del Medio influye en el proceso de Mediación Estructural, pero no es sólo el único aspecto que hay que considerar cuando se analizan las distintas formas de producción de relatos; los mediadores son los que manejan las características expresivas de cada uno de los Medios y, desde este punto de vista, disponen de cierta libertad para controlar los instrumentos tecnológicos.

Para dar cuenta de la Mediación Estructural es útil operar con modelos que sirvan para aclarar las diferencias entre los distintos Medios o, alternativamente, analizar las peculiaridades del proceso en un medio concreto. Algunas características de la prensa ayudan a entender la manera en la que se efectúa la producción de relatos en los diarios de información general:

El medio prensa se caracteriza por ser un medio abstracto. A diferencia de los Media «Index» (la televisión informando sincrónica e inómicamente con el acontecer de referencia), la prensa no puede producir «sustancias expresivas» en cuya modificación participe el propio objeto de referencia¹¹. Esto hace que para hacer relevantes las expresiones, el productor (el periodista) tiene que jugar con la superficie redaccional: el tipo de letra, los titulares,

⁹ Cfr. M. MARTÍN SERRANO, *La Producción de Comunicación Social*.

¹⁰ «La mediación cognitiva está orientada a lograr que aquello que cambia tenga un lugar en la concepción del mundo de las audiencias; aunque para proporcionarle ese lugar sea preciso transformar esa concepción del mundo» (*ibid.*).

¹¹ «En términos comunicativos, Sustancia Expresiva es aquel sistema de materias o entidades perceptibles sobre cuyo intercambio energético se introduce alguna modificación que genere señales, ya sea sólo actuando sobre una de las materias del sistema o sobre varias»; cfr. J. L. PIÑUEL RAIGADA, *Producción, Publicidad y Consumo*, Madrid, Fundamentos, 1983, p. 69 (2.º vol.). Los iconos de Prensa, la fotografía exige una mediación técnica para pasarla al papel. Puede consultarse para las posibilidades de empleo de los Media «Index» AA. VV., *Métodos de Análisis de Contenido*, Madrid, Facultad de Ciencias de la Información, Departamento de Comunicación, 1978.

el tamaño y ubicación de las noticias discriminan a las expresiones de la prensa, en función de cuáles sean los intereses de los productores.

A diferencia de los medios icónicos, en la prensa los usuarios tienen que recurrir a códigos particulares —lenguaje escrito—, tanto para codificar como para decodificar las expresiones. El carácter abstracto del medio se agudiza porque los diarios de información general no se caracterizan por un empleo frecuente de iconos¹². Este carácter hace que los mediadores de prensa tengan que acudir a otros códigos que no sean los de la percepción sensible para presentar los objetos de referencia.

Las anteriores observaciones acerca de las características expresivas de la prensa influyen en el proceso de Mediación Estructural. Para investigar este proceso resulta conveniente diseñar un protocolo de análisis que sirva para conocer las peculiaridades del periódico, entendido a este nivel como soporte material de información. En el Modelo que proponemos se seleccionan tres aspectos referidos al «formato» del periódico: *superficie redaccional*, ocupada por las noticias; *ubicación* de las mismas, y los *géneros periodísticos*, mediante los cuales se presentan las noticias¹³.

Antes de pasar al desarrollo del modelo de análisis, es necesario advertir que el proceso de Mediación Estructural se realiza en la prensa de forma colectiva, de tal manera que el trabajo de producción de noticias está compartido por varios individuos, impidiendo muchas veces reconocer una única autoría en esas noticias. Baste pensar en el proceso de producción del periódico: como *imputs* pueden considerarse las informaciones procedentes del exterior (agencias o corresponsales) y las informaciones elaboradas por la propia redacción; estos *imputs*, una vez reelaborados —de manera especial los télex de agencia—, se ubican en las secciones del diario. El ejercicio de esta selección suele corresponder a los redactores jefes, jefes de sección o los Consejos de Redacción¹⁴. El resultado de este proceso es una noticia en la que han participado diferentes productores.

Espacio, ubicación y géneros periodísticos son los aspectos que pueden informar sobre las peculiaridades de la Mediación Estructural en el medio prensa. Ahora bien, esta Mediación sirve para objetivar los referentes del

¹² Podría hablarse, incluso, de una diferenciación de diarios según que éstos empleen o no fotografías: aquellos «sensacionalistas», leídos por personas con índices culturales bajos, suelen utilizar abundantes fotografías, y aquellos otros de información consumida por lectores pertenecientes a los sectores más formados intelectualmente, que apenas emplean fotografías (como ejemplo ilustrativo, baste decir que *Le Monde* se caracterizó durante muchos años por no publicar una sola fotografía en primera).

¹³ Este modelo ha sido utilizado por Martín Serrano en el estudio citado sobre la producción de comunicación. Sirve también a otras investigaciones en curso llevadas a cabo en el Departamento de Comunicación que tratan los contenidos comunicativos de la prensa española. A diferencia de otros estudios, estos aspectos formales se relacionan con los procesos de mediación social y comunicativa (cfr. *supra*).

¹⁴ No se puede generalizar a quién corresponde la elección de las ubicaciones de las noticias en la superficie redaccional, pues varía en función de los distintos diarios; además, el desarrollo de nuevas tecnologías puede alterar este proceso.

medio; es lícito, entonces, pensar si los objetos de referencia de la prensa influyen en este proceso.

Los referentes de la prensa suelen ser los Aconteceres, entendidos como aquellas variaciones del entorno que afectan al medio material y social en el que transcurre la vida del individuo. A diferencia de otros medios, la prensa se ha especializado en informar acerca de Aconteceres que afectan al entorno social de los individuos¹⁵. La programación de otros medios, en concreto de la televisión, es mucho más reposada porque puede incluir referentes de carácter lúdico o de ficción, donde el elemento temporal e imprevisible no tiene importancia.

Es evidente que quienes realizan la Mediación Estructural en la prensa tienen que esforzarse para adecuar el acontecer imprevisto a la manera usual de producir relatos periodísticos. Esto supone un esfuerzo mayor que el llevado a cabo cuando los referentes son atemporales —un reportaje televisivo sobre la Segunda Guerra Mundial— e indica, además, que los referentes de la prensa quedan «reajustados» al formato del periódico; contrariamente a lo que ocurre, por ejemplo, con los actores-receptores que son seleccionados, en el producto comunicativo, teniendo en cuenta la naturaleza de los referentes. La estabilidad, manifestada en la manera de producir relatos periodísticos, se refleja cuando consideramos los aspectos siguientes:

A) *Espacio (superficie redaccional).*

En el medio prensa, la primera tarea con la que se enfrentan los mediadores consiste en objetivar los referentes en el espacio o superficie que disponen para confeccionar el periódico.

Hoy en día las empresas periodísticas se enfrentan con un problema que les viene impuesto desde el sistema social: los costes de producción del periódico (de manera especial, los gastos de papel-prensa) son cada vez más elevados. Esta constricción hace que los profesionales de la información —controlados institucionalmente por las empresas— sean reacios a aumentar la superficie redaccional, de tal manera que recurren a la publicidad como la principal fuente de ingresos. Los contenidos publicitarios acaban ocupando

¹⁵ Desde una perspectiva dialéctica, se exige tomar en consideración las diferentes prácticas comunicativas mediante las cuales los individuos usan los Medios. Puede consultarse, a este respecto, la obra de Manuel MARTÍN SERRANO, *El uso de la comunicación social por los españoles*, Madrid, Centro de Investigaciones Sociológicas, 1982. En esta obra su autor demuestra que los individuos utilizan los Medios de diferente manera; en relación a la prensa se dice: «La audiencia sigue concebido al medio prensa del mismo modo que fue concebida en sus orígenes: como un medio fundamentalmente especializado en informar a propósito de las novedades más recientes que ocurren en el entorno» (p. 207). Compárese esta práctica con la de la televisión: «La televisión se usa preferentemente para la audiencia de cine y, en menor medida, teatro, cuando se añade la audiencia de telenovelas; el perfil de uso dominante se refiere a programas de ficción, que reclaman del telespectador un tiempo prolongado de atención, en horarios generalmente coincidentes con el tiempo de ocio en familia (noches, festivos y sus vísperas)» (p. 215).

un espacio en la superficie redaccional, y a veces no el menor ni tampoco el peor ubicado ¹⁶.

Puesta en relación la superficie con los Aconteceres imprevistos, objetos de referencia de la prensa, los mediadores en el esfuerzo de hacer relevantes esos Aconteceres —en función de diferentes intereses— optan por sacrificar la superficie redaccional, recurriendo a otra estrategia: aquellos Aconteceres a los cuales el mediador conceda relevancia aparecerán publicados en las páginas preferenciales del periódico. El privilegio de ser noticia de «primera» varía, aunque en el medio prensa pueda hablarse de cierta determinación del sistema de objetos de referencia: todo lo que acaba de ocurrir y que afecta al entorno más próximo de los usuarios merecerá ser noticia de «primera plana».

Los reajustes de lo que acaba de ocurrir, los aconteceres, a la manera usual de producir el periódico, ha sido analizado por Martín Serrano en la investigación ya citada sobre la producción de comunicación, donde da cuenta del «conflicto» entre el cambio del entorno sociopolítico y la estructura del periódico:

«La estructura del periódico entra en conflicto con el cambio del acontecer público. La prensa da noticia de un número mayor de aconteceres sociales y políticos durante el período postfranquista; sin embargo, no amplía por ello el espacio destinado en el periódico a esta clase de temas. En consecuencia, se reduce considerablemente la extensión media de las noticias concernientes a este campo del acontecer.»

La independencia entre los Aconteceres y el tamaño ocupado por las noticias que tratan esos aconteceres se confirma también en una investigación realizada por José Luis Piñuel sobre la estructura del diario *El País*, en la que demuestra que el número de noticias publicadas en las diferentes secciones de este periódico no está relacionado con los aconteceres de referencia o aconteceres públicos:

«El número de unidades redaccionales por sección no está en función del acontecer de referencia, pues para el conjunto de ejemplares se observan proporciones formales, y cada ejemplar es en sí mismo independiente, por la referencia a un acontecer cambiante, del resto de ejemplares» ¹⁷.

¹⁶ «... merced al Sistema de Producción, la comunicación publicitaria encarece y, a la vez, incrementa el espacio-tiempo en la producción de los Media; mientras que a espacio mayor y más caro le corresponde menor densidad de "datos" comunicativos. Comunicativamente, pues, si se considera la producción de los Media, el espacio y el tiempo resultan cada vez más improductivos; y, a la inversa, económicamente, el espacio y el tiempo de la producción de los Media resulta tanto más productivo cuanto más pobre y baldío sea ese espacio-tiempo comunicativamente considerado»; cfr. J. L. PIÑUEL RAIGADA, *op. cit.*, 1983, pp. 154-155 (2.º vol.).

¹⁷ Cfr. J. L. PIÑUEL, *La estructura de «El País». Forma y contenido del diario de*

La elección de las páginas preferenciales, y no el aumento de la superficie redaccional, no sólo es debida a constricciones impuestas desde fuera del sistema de comunicación; el mismo proceso de comunicación facilitado por la prensa determina que los Aconteceres se adecuen a la manera de producir los relatos periodísticos en el medio. La radio y, en menor medida, la televisión pueden interrumpir su programación habitual para comunicar algo que acaba de ocurrir. Esta interrupción no puede darse en la prensa; en situaciones excepcionales (resultados de unas elecciones políticas o acontecimientos inusuales, como fue el intento de golpe de Estado el 23 de febrero) el medio puede recurrir a las ediciones extraordinarias.

Puede concluirse que los referentes no afectan a la manera de producir material y formalmente los relatos periodísticos en la prensa. El espacio no está determinado por el acontecer, a pesar de que puedan existir posteriormente diferentes prácticas comunicativas entre los distintos órganos y que el tratamiento de los aconteceres sea de alguna manera diferente: los aconteceres más «previsibles» ocuparán, generalmente, la misma superficie, como pueden ser las carteleras de espectáculos, las secciones de «Agenda», etc.

En esta tarea, el mediador puede servirse también de las posibilidades de maquetación del periódico: los cuerpos de las letras, de los titulares, los recuadros que separan a las secciones, el color¹⁸. Estos aspectos adquieren una gran riqueza connotativa: los titulares con los que se presentan las noticias pueden informar tanto como el mismo contenido, si se tiene en cuenta, además, que la lectura de prensa de información general queda muchas veces limitada a la lectura de los *leads*.

B) *Ubicación.*

La segunda tarea a la que han de enfrentarse los mediadores en la presentación material de noticias es la ubicación de las mismas en las distintas secciones del periódico.

El ubicar los aconteceres públicos en las secciones del diario trae como resultado un orden, orden que es análogo a los *stands* de los supermercados o de los grandes almacenes. El número de secciones varía en función de los distintos órganos informativos; así, un periódico local probablemente tendrá menos secciones que los que alcanzan una difusión nacional.

De la misma manera que en el anterior aspecto, los Aconteceres se someten a la superficie redaccional, ocurre algo similar al analizar las secciones; independientemente de que el sistema de objetos de referencia imponga cierta afectación, los equipos profesionales gozan de libertad para esta presentación;

referencia dominante en España, Presse et Opinion Publique, Symposium International de Bologne, 29 de noviembre al 3 de diciembre, 1984, p. 22.

¹⁸ El uso del color en la prensa de información general no es muy frecuente, y la distingue de las revistas ilustradas.

a pesar de que la distribución de noticias por las diversas secciones del periódico sea una tarea formal, se tienen en cuenta aspectos cognitivos: no tienen los mismos efectos de cara a los lectores que la noticia acerca de un atentado llevado a cabo por un grupo terrorista aparezca ubicado en la sección de «Sucesos» que en la de «Política». José M.^a Casasús, al analizar la ideología de los MCM, considera que en la forma de distribuir las noticias por secciones existe un proceso paralelo al efectuado en la selección y combinación de los datos del acontecer:

«Otra operación metacomunicacional a la que hay que atender es la de articulación, que consiste en las subdivisiones aparentes o explícitas que los emisores imponen al conjunto del material contenido en el medio. Es decir, se trata del sistema de clasificación utilizado por cada medio para fraccionar u organizar el universo del cual se ocupa o sobre el cual informa. En los diarios y revistas suelen utilizarse articulaciones por secciones o por páginas, y en la radio y la televisión por programas o por horarios. Las "secciones" son en los Medios impresos un mecanismo para establecer una clasificación inicial de los hechos, ajeno a las operaciones de selección y combinación. Pero, de todas formas, la articulación constituye una fórmula implícita o tácita de metacomunicar la importancia de determinados mensajes: por ejemplo, cuando una noticia "desborda" los límites de una sección e "invade" otras páginas del medio o "conquista" la "primera"»¹⁹.

El mediador no sólo se sirve de las secciones. Existen también discriminaciones entre las distintas páginas del periódico o, incluso, en la misma página: páginas pares/impares, ángulos derechos/izquierdos. En relación a los objetos de referencia puede afirmarse que cuanto más previsibles sean éstos, su presentación en alguna sección determinada va a ser regular: por ejemplo, aquellos referidos al entorno ecológico (pronóstico del tiempo) o aquellos a los cuales los mediadores pueden anticiparse (servicios de guardia, espectáculos).

Si relacionamos los dos aspectos considerados, superficie y ubicación, podríamos afirmar que el tamaño de las distintas secciones puede variar en función de diferentes factores; uno de ellos está relacionado con quienes sean los productores de información; así, por ejemplo, en las secciones de «Opinión» el tamaño de las unidades redaccionales cambia según sea la propia empresa periodística la que produzca información («Editorial»), otros órganos de prensa (las «Revistas de Prensa») o productores eventuales de información (las «Cartas al Director»²⁰).

¹⁹ J. M. CASASÚS, *Ideología y análisis de medios de comunicación*, Barcelona, Dopesa, 1972, p. 67.

²⁰ Para analizar la variabilidad de estos aspectos es pertinente también considerar el tipo de periódico: entre los diarios de información local o nacional pueden encontrarse diferencias, tanto a nivel de la superficie redaccional como de la ubicación de las noticias.

Como resultado de la distribución por secciones, los distintos diarios se caracterizan por un formato determinado, de tal manera que, desde el punto de vista de los lectores de periódicos, éstos acaban acostumbrándose a la estructura formal de «su» periódico, puesto que les facilita una lectura más «familiar».

C) Géneros periodísticos.

El último aspecto considerado en el modelo propuesto para analizar la Mediación Estructural en la prensa escrita son los géneros periodísticos. Existe abundante bibliografía que insiste en las diferencias entre los distintos géneros²¹. Estos estudios abordan el análisis de la crónica, la entrevista, el reportaje, desde el punto de vista del productor de información o teniendo en cuenta los objetos de referencia; así, por ejemplo, aquellos sujetos ajenos a la Redacción, pero que gozan de cierto prestigio social, pueden producir «artículos de opinión» porque se les considera una autoridad sobre el tema acerca del cual informan; un acontecimiento que acaba de ocurrir se presta más fácilmente a la crónica que al reportaje.

Si bien es cierto que hay que contar con la postura del narrador ante los hechos, que varía según los distintos géneros y la naturaleza del objeto de referencia, no hay que olvidarse del proceso de producción del periódico. Los diarios necesitan reajustar los acontecimientos a la manera usual de relatar, y por eso buscarán la forma más adecuada, a nivel formal, de hacer este reajuste. Desde esta consideración, puede afirmarse que el género más utilizado en los diarios de información general es la crónica²². La razón que explica la abundancia de este género es la siguiente:

— La Mediación Estructural es un proceso realizado dentro y por los equipos redaccionales. Así como en la Mediación Cognitiva²³ pueden ser varios los sujetos que desde fuera de la redacción cooperen a la selección de datos a propósito del acontecer, el proceso de producir material y formalmente los relatos periodísticos es llevado a cabo por los profesionales de la información, pues son ellos los que conocen mejor los procesos de producción de periódicos. Incluso cuando las empresas periodísticas dan la palabra a productores eventuales de información ajenos a los equipos, la información elaborada por los primeros se reestructura en función de las posibilidades de maquetación que ofrece el diario; no es extraño, por ejemplo, que las «Cartas al Director» lleven titulares realizados por la Redacción, aparte de que ésta pueda exigir ciertas condiciones: identificación, número limitado de líneas, et-

²¹ Puede consultarse C. N. WARREN, *Géneros periodísticos informativos. Nueva enciclopedia de la noticia*, Barcelona, ATE, 1975.

²² Cfr. M. MARTÍN SERRANO, *La producción de comunicación social*, op. cit.

²³ Cfr. *supra*.

cétera). También en las secciones de opinión —incluidas las opiniones de otros órganos de difusión, por ejemplo, las «Revistas de Prensa»— ocurre algo parecido. Al ser tarea profesionalizada, la crónica es el género que mejor se presta a la adecuación de los aconteceres a la manera de producir relatos en la prensa, puesto que el cronista puede introducir diferentes aspectos del acontecer.

Otros géneros necesitan de la participación de otros productores no profesionales; la entrevista, por ejemplo, no es frecuente en los diarios de información general, obligados como están a informar de lo que acaba de ocurrir.

Hasta aquí el análisis de lo que se considera incluido en el modelo propuesto para dar cuenta del proceso de Mediación Estructural²⁴. Por los datos obtenidos en algunas investigaciones que han aplicado este modelo, puede concluirse que la Mediación Estructural es un proceso muy uniforme en la mayoría de los diarios de información general²⁵. Ni los Aconteceres, objetos de referencia ni los Agentes de los mismos pueden determinar directamente este proceso; de la misma manera que en los rituales los roles participantes están constreñidos a desempeñar siempre las mismas funciones, los productores de información en los diarios recurren a las mismas formas de confeccionar los relatos.

La Mediación Estructural tiene como resultado la «maqueta» del periódico que los productores de información dan a «leer» a sus lectores. Esta lectura tiene que asegurar no sólo la reproducción de los bienes producidos por las empresas de prensa; debe, además, reproducir los mismos relatos periodísticos formalmente considerados.

Se ha demostrado que es posible analizar el proceso de Mediación Estructural de manera independiente a la Mediación Cognitiva²⁶. Sin embargo, cuando se estudian los procesos de comunicación de masas, desde la perspectiva interesada por las prácticas a los que los individuos someten a los Medios, resultaría incompleto investigar tan sólo los aspectos materiales y formales de la producción de comunicación. Aunque no se haya realizado en este texto, es necesario relacionar estos aspectos con los contenidos comunicativos, debido al carácter solidario existente entre la manera de producir y aquello que se produce. Por este carácter solidario, la Mediación Estructural sirve también para codificar y evaluar el estado del entorno a un nivel formal, pero no por ello menos importante que las ordenaciones cognitivas que llevan a cabo los medios cuando informan sobre lo que ocurre.

²⁴ En otro posible modelo podrían incluirse otros aspectos: empleo de fotografías, productores de información textual y gráfica y todos aquellos factores que el investigador considere implicados en el proceso de producción material y formal de relatos periodísticos.

²⁵ En dos tesis doctorales en curso, de realización por los profesores Sobrino y Arias sobre los personajes y los emisores de prensa, se corroboran estas observaciones.

²⁶ Cfr. *supra* el concepto de Mediación Cognitiva.