

Resignación y persistencia en el campo del periodismo: una aproximación a la ideología ocupacional de los periodistas en el estado de Sonora, México

Dda. Alejandra Meza Noriega | alejandra.meza@unison.mx
Universidad de Sonora

Palabras clave

Periodistas; identidades periodísticas; ideología ocupacional; periodista profesional

Sumario

1. Introducción, 2. Metodología, 3. Resultados, 4. Conclusiones. 5. Bibliografía.

Resumen

En tanto practicantes de una actividad en común, los reporteros comparten una ideología ocupacional que orienta su práctica y nutre su sentido de identidad y que, si bien ostenta cierta homogeneidad a nivel

global, se interpreta de forma variable en función de cada contexto local. La implementación de la ideología periodística dominante, que ostenta valores como el servicio público, la objetividad, la autonomía, la inmediatez y la ética, resulta adecuada en sociedades donde los medios de comunicación están libres de la injerencia del Estado y vigilan el actuar de éste, pero ¿qué pasa en contextos donde los medios no son totalmente independientes del Estado? En este artículo se explora la auto representación de un conjunto de reporteros del estado de Sonora, México, región con un sistema de medios de comunicación caracterizado por su dependencia económica hacia el Estado, a fin de conocer su ideología ocupacional. El análisis de entrevistas sugiere que en dicho colectivo profesional existen dudas sobre la viabilidad de valores afines a la ideología hegemónica del periodismo, como la autonomía y la objetividad, pero hay una idealización de los mismos porque insistir en su búsqueda permite afirmarse como parte del campo periodístico. Asimismo, la vulnerabilidad material y las limitaciones operativas en que se perciben algunos periodistas son circunstancias que son vistas como inherentes a su participación en el campo y son asumidas a fin de poder persistir en el intento de hacer un periodismo ético.

Cómo citar este texto:

Alejandra Meza Noriega (2017): “ Resignación y persistencia en el campo del periodismo: una aproximación a la ideología ocupacional de los periodistas en el estado de Sonora, México”, en Miguel Hernández Communication Journal, n°8, pp. 179 a 203. Universidad Miguel Hernández, UMH (Elche-Alicante). Recuperado el __ de _____ de 20__ de: [\[link del artículo en mhjournal.org\]](#)

Resignation and persistence in the field of journalism: an approach to the occupational ideology of journalists in the state of Sonora, Mexico

Dda. Alejandra Meza Noriega | alejandra.meza@unison.mx

Universidad de Sonora

Keywords

Journalists; journalistic identities; occupational ideology; professional journalist

Summary

1. Introduction 2. Methodology 3. Results 4. Conclusions, 5. Bibliography.

local context. The implementation of the dominant journalistic ideology that holds values like public service, objectivity, independence, immediacy and ethics, it is natural in societies where the media is free from state interference and monitors the actions of the latter, but what happens in contexts where they are not entirely independent of the state? This article discusses the self-representation of a group of reporters in the state of Sonora, Mexico, a region characterized by a system of official and dependent media, in order to meet their occupational ideology. The analysis of interviews suggests that, among this professional group there are doubts about the viability of values related to the hegemonic ideology of journalism, such as autonomy and objectivity, but there is an idealization of them because insisting on their search allows its members to establish itself as part of journalistic field. Also, material vulnerability and operational constraints that some journalists are self-perceived are circumstances that they see as inherent to their participation in the field and that they assume in order to persist in the attempt to make ethical journalism.

Abstract

As practitioners of a common activity, reporters share an occupational ideology that guides their practice and nurtures their sense of identity and that while holds certain homogeneity globally, it is interpreted variably according to each

How to cite this text:

Alejandra Meza Noriega (2017): "Resignation and persistence in the field of journalism: an approach to the occupational ideology of journalists in the state of Sonora, Mexico", en Miguel Hernández Communication Journal, nº8, pp. 179 to 203. Universidad Miguel Hernández, UMH (Elche-Alicante). Accessed ___ ____ 20__ in: [paper link in mhjournal.org](http://paper_link_in_mhjournal.org)

1. Introducción

En el periodismo existe una ideología ocupacional dominante en la que se basan todos los periodistas pero que es interpretada y aplicada de distintas maneras a partir de las características específicas de cada contexto (Shoemaker and Reese, 1996, en Deuze, 2005: 445), sin embargo, el conocimiento documentado sobre otras ideologías vigentes y/o emergentes es incipiente y, mientras tanto, la dominante sigue siendo reproducida acríticamente (Vos, 2012: 435) a través de los procesos de profesionalización y socialización.

Esta visión común respecto a la definición del periodismo profesional, y a cuya enunciación los periodistas recurren para legitimar su posición social y reafirmar su credibilidad, se consolidó a lo largo del siglo pasado y, de acuerdo con Deuze (2005: 446) puede ser resumida en cinco grandes categorías o valores: servicio público, objetividad, autonomía, inmediatez y ética.

En el caso de México, Márquez (2012: 97) analizó a un conjunto de reporteros que, en términos discursivos, eran partidarios de ideas como la objetividad, el apego a los hechos, el distanciamiento editorial y la imparcialidad, valores que dicha autora ubica en lo que llama modelo liberal de periodismo, cuyo propósito es servir a la democracia y ejercer la crítica y la libertad de expresión a favor de la toma de decisiones de los ciudadanos; sin embargo, también encontró que en la práctica, dichos valores han sido reinterpretados en función de una ideología ocupacional heredada que privilegia a “las fuentes oficiales y a su discurso, y que deviene en el llamado ‘periodismo declarativo’, que tiende a la superficialidad y oficialismo y no a la investigación, verificación o contextualización” (Márquez, 2012: 97).

Los análisis de Márquez permiten ver, en primer lugar, que existe una ambigüedad en cuanto a los roles que periodistas mexicanos consideran importantes en el periodismo pues, de acuerdo a encuestas internacionales (Márquez, 2012: 100-101), si bien se manifiestan a favor de la actitud neutral que postula el modelo liberal, también se expresan a favor de roles que conllevan acciones contrarias a dicha postura, como son el constituirse en agentes de cambio, participar activamente en el establecimiento de agenda y apoyar a los gobiernos en la implementación de políticas públicas.

Con datos recabados a través de entrevistas, la autora encontró que en el caso analizado, los periodistas interpretaban la objetividad no como el relato de hechos verificables, sino como la transcripción de declaraciones de diversos actores políticos, deviniendo en “cajas de resonancia de conflictos político-partidistas” (Márquez, 2012: 103), papel que resulta conflictivo si se considera

que, si bien les permite cumplir con el valor de la objetividad en tanto transmite de forma puntual un discurso, también merma la posibilidad de intervenir en grados tales de operar como agentes de cambio y movilización social.

En aras de abonar a la discusión sobre los modelos de periodismo posibles y necesarios (Márquez, 2012: 108) para el contexto mexicano actual, el presente artículo explora la auto representación de un conjunto de reporteros que ejercen en el estado de Sonora, México, una región donde, de acuerdo con Covarrubias y Reyna (2011: 82) existe una distancia muy corta entre el grueso de los medios de comunicación/comunicadores y poderes políticos, gubernamentales e institucionales prevalecientes, pues según dichos estudiosos, el gobierno estatal y otras figuras de poder político se han convertido en la principal fuente de subsistencia de aquéllos, quienes acomodan sus agendas para favorecer tales acuerdos:

“Las vías son variadas: venta abierta de espacios y columnas; compra de plumas, rostros, pantallas, micrófonos y ediciones específicas; reportajes, crónicas y secciones especiales dedicadas a promover la imagen de algún gobernante, programa o —inclusive— familia de gobierno; o bien, dedicados a encubrir problemas de transparencia, marginar las críticas y/o promover una u otra forma de interpretación favorable al grupo de poder dominante” (Covarrubias y Reyna, 2011: 98).

Dado que nuestro análisis busca centrarse en la interpretación individual y subjetiva de la ideología ocupacional por parte de los periodistas y no en la ideología periodística de las empresas de comunicación, se optó por realizar entrevistas a aquéllos y se descartó el análisis de contenido como técnica de recogida de datos, pues los contenidos, aunque usualmente van firmados por un reportero, suelen ser resultado del trabajo de un conjunto de personas e intereses.

En el siguiente apartado, se conceptualiza al periodismo en tanto campo social, a fin de poder entender la ideología ocupacional de los periodistas analizados como resultado de posiciones objetivas pero también como representaciones subjetivas que influyen en las acciones individuales y, por lo tanto, en los cambios y/o mantenimiento del campo; posteriormente, se describe la metodología utilizada; por último, se discuten los resultados y se

concluye con algunas propuestas que podrían ayudar a ganar en alcance y profundidad en el estudio de la ideología ocupacional del periodista.

1.1. Los reporteros y el campo periodístico

Analizar al periodismo como campo implica entenderlo como un espacio estructurado de posiciones ocupadas por agentes que se encuentran en lucha por algo cuyo valor creen suficiente para que valga la pena participar en dicha lucha y, sobre todo, que están dotados de los *habitus* que implican “el conocimiento y reconocimiento de las leyes inmanentes del juego y de lo que está en juego” (Bourdieu, 2002: 119-120).

Las propiedades resumidas en el párrafo anterior, de acuerdo con Bourdieu, son leyes aplicables a cualquier campo, como es el de la política, la filosofía o la religión, y la estructura de cualquiera de éstos puede ser descrita como un estado de la relación de fuerza entre agentes e instituciones, o bien, como el estado de la distribución del capital específico de cada campo, es decir, de aquel recurso que vale solamente en relación con ese campo y al interior de éste, y que ha sido acumulado durante luchas pasadas y orienta las subsiguientes estrategias (Bourdieu, 2002: 120).

Siguiendo la lógica bourdieana, un campo se especifica “definiendo aquello que está en juego y los intereses específicos, que son irreductibles a lo que se encuentra en juego en otros campos o a sus intereses propios [...] y que no percibirá alguien que no haya sido construido para entrar en ese campo” (Bourdieu, 2002: 120) de ahí que para conocer qué estado guarda el campo del periodismo en el contexto de nuestro estudio haya que conocer qué es aquello que interesa obtener a los participantes.

Si bien las reflexiones de Bourdieu en *Sobre la televisión* (1996) se centran en el caso de la televisión francesa y fueron emitidas durante la década de los 90, constituyen un punto de partida para visualizar al campo periodístico como el espacio conformado por agentes e instituciones que compiten por imponer su forma de entender y ejercer el periodismo, unos ubicados más cerca de un polo cultural, enfocados a consolidarse frente a los pares como prototipo de profesionalismo e implementando la objetividad como norma primaria; otros más cerca de un polo comercial, enfocándose a las ventas (Bourdieu, 1996: 105).

Los dos tipos de capital reconocidos al interior del campo son el cultural y el económico, mismos que permiten a los jugadores invertir en el juego. El

primero se encuentra en cualquiera de sus tres formas (Bourdieu, 1987): incorporado a través de habilidades adquiridas por el periodista a través de la práctica y el estudio, objetivada en bienes materiales para producir su trabajo y que solo pueden ser utilizados a partir de la posesión de capital cultural incorporado, e institucionalizado a través de títulos escolares o contratos laborales; mientras que el segundo, se expresa en el nivel de ingresos monetarios.

Participar en el campo implica adherirse a la *doxa* (Bourdieu, 2002: 121), es decir, aceptar de manera tácita los presupuestos del juego y el valor de lo que se juega. Para Willig (2012: 377) la *doxa* puede ser vista como el conjunto de convenciones no cuestionadas, naturalizadas y sobreentendidas en la vida cotidiana y menciona, a manera de ejemplo, un estudio de caso realizado en Dinamarca que concluyó que, además de los criterios de selección noticiosa, como la oportunidad, la relevancia, la identificación, el conflicto y el sensacionalismo, institucionalizados vía espacios laborales y educativos, había un sexto valor que operaba de manera implícita en la producción informativa: la exclusividad, en tanto se publicaba solo aquello que no había sido publicado antes por su competencia, independientemente si cumpliera o no con las características antes mencionadas.

En ese tenor, uno de los supuestos de los que parte este estudio es que la entrada al campo del periodismo implica para los reporteros la aceptación tácita de las peculiaridades de la estructura y el funcionamiento del periodismo mexicano, así ello los lleve a asumir el papel de “estenógrafos” del poder político y limite su potencial deseo de brindar análisis y contexto en sus productos informativos (Márquez, 2012: 103).

De acuerdo con Bourdieu, en esa adhesión de los reporteros a los principios legitimados al interior del campo, se encuentra una clave de la reproducción de éste, pues estos contribuyen a promover la creencia en el valor de lo que está en juego:

Los recién llegados tienen que pagar un derecho de admisión que consiste en reconocer el valor del juego (la selección y cooptación siempre prestan mucha atención a los índices de adhesión al juego, de inversión) y en conocer (prácticamente) ciertos principios de funcionamiento del juego. Ellos están condenados a utilizar estrategias de subversión, pero éstas deben permanecer dentro de ciertos límites, so pena de exclusión (Bourdieu, 2002: 122).

Si el campo hace referencia a la posiciones de los agentes, o estructuras objetivas, el *habitus* se refiere a las estructuras incorporadas o disposiciones,

(Bourdieu, 1997: 8), lo que permite entenderlo como un mecanismo que “estructura la percepción y también la acción” (Bourdieu, 1997:146) de los agentes, y por tanto, como un sistema generador de estrategias dirigidas a la conservación o subversión de la estructura del campo, es decir, de la distribución de capitales.

Dicho en otras palabras, las estrategias implementadas por un agente para posicionarse al interior del campo son determinadas por su posición, a la vez que le permiten cambiarla, modificando la estructura del campo, de ahí que los campos solo sean estables cuando son vistos en perspectiva histórica, pues se encuentran en constante transformación (Willig, 2012: 376) conforme cambian las posiciones de los agentes.

Entre más alta sea la posición del periodista en el medio de comunicación (directores, jefes de redacción, etcétera) y mientras más cerca del polo comercial se encuentre éste, será más posible que aquél se guíe por las exigencias del mercado (Bourdieu, 1996:107), sea éste la audiencia o quienes compran espacios publicitarios.

Por el contrario, la lógica cultural se impone a los periodistas a través del entramado de coerciones que fundamentan la honorabilidad profesional, de ahí que “los más jóvenes o menos establecidos son más propensos a oponer los principios de la profesión a las exigencias más realistas o más cínicas de sus veteranos” (Bourdieu, 1996: 107).

Para fines de este trabajo, consideramos la figura del reportero como un agente que, en la búsqueda de aquellos recursos que legitimen su profesionalidad o le proporcionen capital económico, entra al campo periodístico pagando en tanto derecho de admisión la adopción de los valores de la ideología ocupacional dominante.

El propósito de dicha conceptualización es identificar los significados que los sujetos de estudio atribuyen a su actuación al interior del campo periodístico, aprovechando el sentido relacional (Bourdieu, 1997: 7-8) de la teoría de los campos sociales para intentar ofrecer interpretaciones de las ideas y prácticas de aquéllos en función de sus posiciones objetivas.

2. Metodología

Tanto la conformación de la muestra de informantes como la selección de la técnica y el diseño del instrumento de recogida de datos obedecieron al

objetivo de explorar la auto representación de un grupo de periodistas a fin de conocer las ideas que, sobre el oficio y la práctica periodística, operan en un contexto social con un sistema de medios de comunicación caracterizado por su dependencia económica hacia las figuras en el poder político y gubernamental.

En sintonía con la metodología cualitativa, se siguió un muestreo de tipo selectivo o intencional (Martínez-Salgado, 2012: 615) cuyo interés fundamental no es la medición de un parámetro ni la obtención de datos generalizables, sino la comprensión de fenómenos y procesos sociales en toda su complejidad, otorgando primordial valor a los significados que para los sujetos tiene formar parte de éste, y se siguió un criterio de conveniencia (Martínez-Salgado, 2012: 616), es decir, determinado por la facilidad de acceso de la investigadora a las unidades de análisis, que se justifica al ser concebido este artículo con un alcance exploratorio y como base de un estudio posterior con mayor alcance.

Al seleccionar a los informantes, el objetivo no fue lograr una cantidad representativa sino significativa en tanto sus testimonios pudieran reflejar las características de la posición que ocupan dentro del campo periodístico del contexto social estudiado, en este caso, estar ubicados en el último escalafón de la jerarquía de las salas de redacción, concretamente, ser reporteros, mote que aquí se refiere a personas que se desempeñen en la producción de textos sobre temas de interés público y noticioso a partir de información recolectada personal y directamente través de observación y entrevistas con/visión de fuentes primarias, y realizados expresamente para su publicación en medios de comunicación masiva.

Se realizaron ocho entrevistas dado que con tal cantidad se cumplió el principio de la saturación (Martínez-Salgado, 2012: 617) que se alcanza no solo cuando la información brindada por los informantes empieza a ser repetitiva, sino, cuando se obtiene lo suficiente para plantear algo relevante y significativo sobre el fenómeno estudiado.

Se entrevistó a 5 reporteras y 3 reporteros quienes, al momento de realizarse las entrevistas, entre los meses de septiembre y octubre de 2015, tenían entre 24 y 35 años de edad. Se encontraban trabajando para noticieros de radio, televisión, periódicos y páginas de Internet, con base en las ciudades de Hermosillo, capital de Sonora, y Agua Prieta, ubicada en la frontera norte con Estados Unidos (ver tabla 1), todos con menos de 10 años de experiencia.

Adoptando la postura ética situada recomendada para la investigación cualitativa (Abad, 2016: 104) que implica “la reflexión constante sobre la responsabilidad ética de su trabajo, así como la toma de decisiones ajustadas a cada caso de investigación específico”, se optó por reservar el nombre propio de los informantes, en tanto se considera que los criterios de selección descritos en este apartado son suficientes para justificar su participación como informantes clave en tanto que, en la estructura social en cuestión, ocupan la posiciones específicas que interesan a los objetivos de esta investigación.

Tabla 1. Perfil de los informantes.

Informante	Edad	Tipo de medio
Reportera A	29	Diario y radio
Reportero B	32	Radio
Reportero C	35	Sitio web
Reportera D	29	Diario
Reportero E	30	Radio
Reportera F	26	Radio
Reportera G	30	Televisión
Reportera H	24	Diario

Para recoger la información se trabajó con la entrevista semiestructurada debido a la posibilidad que esta técnica ofrece de averiguar hechos no observables como son los significados, las motivaciones y las opiniones (Díaz-Bravo et al, 2013:165).

El guion fue desarrollado a partir del esquema de identidad social (ver tabla 2) que Van Dijk (1999: 95) propone como una vía para conocer las ideologías grupales en tanto “representaciones de lo que somos, de lo que sostenemos, de cuáles son nuestros valores y cuáles son nuestras relaciones con otros grupos, particularmente con nuestros enemigos u oponentes, esto es, aquellos que se oponen a lo que afirmamos, amenazan nuestros intereses”.

Tabla 2. Propuesta de esquema de identidad social para representar ideologías.

Categoría ideológica	
Pertenencia	¿Quiénes somos? ¿De dónde venimos? ¿Qué aspecto tenemos? ¿Quién pertenece a nuestro grupo? ¿Quién puede

	convertirse en un miembro de nuestro grupo?
Actividades	¿Qué hacemos? ¿Qué se espera de nosotros? ¿Por qué estamos aquí?
Objetivos	¿Por qué hacemos esto? ¿Qué queremos realizar?
Normas/Valores	¿Cuáles son nuestros valores más importantes? ¿Cómo nos evaluamos a nosotros mismos y a los otros? ¿Qué debería (o no debería hacerse)?
Posiciones/relaciones	¿Cuál es nuestra posición social? ¿Quiénes son nuestros enemigos, nuestros oponentes? ¿Quiénes son como nosotros, y quiénes son diferentes?
Recursos	¿Cuáles son los recursos sociales esenciales que nuestro grupo tiene o cree necesitar?

Fuente: Van Dijk (1999). Fecha de elaboración: 10 de mayo 2016

De acuerdo con Van Dijk, tales categorías son los ejes fundamentales de los grupos sociales y las condiciones de su existencia y reproducción, y si bien los contenidos pueden hacer referencia a cualquier experiencia del grupo o ayudarlo a orientarse respecto a prácticas específicas, son sobre todo acerca de conflictos de intereses, esencialmente en relaciones de competencia, dominación y resistencia, por lo que usualmente comportan una imagen positiva del grupo, que la construye en base a lo que para él es el orden moral y social preferido, aquello que considera justo. De ahí que se haya considerado una herramienta adecuada para observar el pensamiento grupal de los periodistas en relación a sí mismos pero también a su posición en relación a otros agentes.

Se trata de un instrumento abstracto y, hasta cierto punto, generalizador, puesto que los actores sociales son miembros de varios grupos y, en consecuencia, poseen varias identidades sociales -a veces contradictorias- que harían de esperar una pluralidad de matices en el conjunto de sujetos analizados, sin embargo, su uso se justifica por el hecho de ser ésta una primera aproximación al objeto de estudio.

El discurso de los informantes fue analizado e interpretado identificando aquellos elementos que pudieran referirse a cómo se ven en relación con otros agentes del campo periodístico, aquellas propiedades que ven inmanentes al campo (*doxa*), los recursos que invierten y buscan incrementar (capitales) y sus disposiciones o las estrategias que tienen para posicionarse (*habitus*).

3. Resultados

3.1. El campo de batalla del periodismo

Desde la mirada de los reporteros ¿Cuál es la estructura del campo del periodismo en Sonora?, es decir, ¿cuáles y de qué tipo son las relaciones que la conforman? En primer lugar, el discurso de los informantes permite inferir que estos se perciben en desventaja frente a los medios de comunicación, las áreas de comunicación social del gobierno y figuras de poder político-económico en general, por lo tanto, los intereses de dichos agentes llegan a tener mayor peso en la determinación del periodismo que se hace en Sonora: es decir, qué temas y fuentes se imponen en la agenda, qué tratamiento recibe la información.

En algunos de los informantes asoman los intentos de distinguir sus intereses profesionales de los de las empresas para las cuales laboran, pues mientras ellos suelen decantarse más por la estabilidad e incremento de sus capitales cultural y social, las segundas priorizan la consecución del capital económico. De ahí que los periodistas vean en los intereses de los medios de comunicación una limitante a su trabajo a la vez que los consideren como agentes necesarios para poder ingresar y permanecer en el campo del periodismo. En la visión de los reporteros, los intereses de los directivos de los medios de comunicación en general constituyen obstáculos para presentar la información veraz. Así lo dejan ver los siguientes fragmentos de entrevista:

“No veo enemigos u oponentes para ejercer la profesión, a reserva de que la pregunta se refiera a los obstáculos para llevar la información veraz. En cuyo caso, señalaría los intereses que a veces tienen los directivos de los medios de comunicación”, Reportera G, 30 años, televisión.

“En primera instancia nos evaluamos respecto al medio que representemos, pues habrá cuales tienen una marcada y estrecha línea editorial a la que el periodista se tiene que someter para laborar ahí”, Reportero E, 30 años, radio.

Los medios de comunicación no solo garantizan el ingreso de los reporteros al campo y su permanencia en el juego periodístico, sino que aparecen como agentes que subestiman su valor, como podemos ver en el siguiente

testimonio de un informante que, al hablar de un periódico de amplia difusión en el estado de Sonora –con cerca de 79 años en circulación- usa una metáfora que sugiere el desapego que dicha empresa muestra respecto a su capital humano, situación que se ve expresada en la facilidad con que se desecha a los empleados más jóvenes antes de que generen antigüedad.

“También los hay aquellos verdes, muy verdes, que a empresas como El Imparcial les encanta contratar para una vez madurados despedir así sin más”, Reportero C, 35 años, sitio web.

Otra relación desventajosa para el colectivo periodístico, de acuerdo con los informantes, es la que mantiene con las áreas de comunicación social gubernamental, de cuyos agentes percibe intentos de censura o coacción para proyectar solamente los aspectos positivos del desempeño del gobierno en turno, de manera que la línea que demarca su autonomía profesional aparece como un elemento vulnerable que hay que cuidar frente a dicho agente de poder. Aunque sin anclarla a un individuo o institución particular, también señalan el conservadurismo de la región como uno de los grandes inconvenientes para el desarrollo de su oficio. Estas particularidades se observan en los siguientes recortes de entrevistas:

“Yo pienso que el principal enemigo de los reporteros son las oficinas de comunicación social, áreas que en vez de proporcionar información o alimentar nuestros trabajos periodísticos buscan censurarlos o convertirlos para que reflejemos la perspectiva que ellos quieren y que les exigen sus jefes”, Reportera A, 29 años, diario y radio.

“Nuestros enemigos son los censores, llámense políticos o policías, editores o directivos. El conservadurismo sonorenses es uno de nuestros peores enemigos”, Reportero C, 35 años, sitio web.

En la auto representación de los reporteros, su relación con la comunidad en general e instituciones y figuras de poder son neutrales, se refieren a sí mismos como ‘puentes’ y otras imágenes que aluden a cierta disposición a ayudar a ambas partes a comunicarse, por lo tanto, como señaló uno de los entrevistados, cualquiera de las dos partes puede tornarse en enemigo si la información dada a conocer afecta sus intereses. Sin embargo, los reporteros entrevistados muestran una fuerte inclinación hacia la audiencia y los ciudadanos en general, a quienes consideran como aliados e incluso como

facilitadores de su trabajo, especialmente en lo que a proveer de material informativo de primera mano, vía redes sociales e Internet, se refiere. Asimismo, como dejan ver los siguientes testimonios, la identificación del reportero con asociaciones civiles y organismos no gubernamentales lo hace incluso equiparar su rol con el de un activista social:

“Como nosotros son todos los luchadores sociales que tienen las mismas intenciones de cambio que nosotros”, Reportera D, 29 años, diario.

“Queremos hacer cambios en la medida que se pueda desde una noticia, un periodista tiene algo de activismo en su sangre”, Reportero B, 32 años, radio.

3.2. Doxa periodística: creer para jugar

¿Cuáles son las normas que los periodistas sonorenses ven inherentes a su campo profesional? ¿Qué creencias guían su práctica? Los entrevistados mostraron un fuerte apego hacia los valores clásicos de la ideología ocupacional del periodismo, principalmente en lo que a las dimensiones de Objetividad y Servicio Público se refiere, pues se muestran convencidos de que su rol social es el de fiscalizar al poder público a favor de la comunidad en general. Valgan los siguientes párrafos para ilustrarlo.

3.2.1 Fe en el poder de la información

Para los entrevistados, su principal misión es proveer de información a la ciudadanía, particularmente, de información que tenga que ver con lo referente a la administración pública, señalando aquello que se ha cumplido o no en la materia, así como con el manejo de recursos públicos. Desde su óptica, las instituciones gubernamentales ocultan algo, y la labor del periodista es develar dicha información, para contribuir a la equidad.

“Lo hacemos porque es importante que la sociedad se mantenga informada, porque es importante contrarrestar la realidad o la perspectiva que las autoridades quieren que se dé a conocer o buscan ocultar. También es importante que nuestro trabajo no sólo sirva para dar a conocer, sino que cumpla una labor ciudadana, conseguir que el periodismo tenga una labor ciudadana, lograr un cambio, conseguir que las

notas o reportajes que generemos no sólo se queden en letras, sino tengan la capacidad de influir en hacer un bien”, Reportera A, 29 años, diario y radio.

La concepción que la siguiente entrevistada tiene respecto a su labor informativa, remite a una visión pragmática del propósito del periodismo en el sentido de que, lo que considera prioridad en cuanto a desarrollo de su contexto se basa en visibilizar las necesidades materiales y funcionales más inmediatas de la ciudad a fin de que sean remediadas por las instancias correspondientes, como deja ver el siguiente fragmento:

“Que trasmitamos lo más importante y veraz de las noticias diarias, ya sean temas que afecten a los ciudadanos, como la no recolección de basura, los baches, falta de alumbrado público, inseguridad, etcétera”, Reportera F, 26 años, radio.

3.2.2. La objetividad como ideal

Si bien aducen a la objetividad como un valor primordial de su práctica, algunos informantes reconocen la imposibilidad de realizar un trabajo totalmente aséptico en términos de posturas personales y estilo.

“Si bien la noticia debe ser totalmente objetiva y neutral, invariablemente tiene el sello del autor”, Reportero B, 32 años, radio.

Así como dejan ver el conflicto que les implica el concepto de objetividad, expresan un notable desdén por la perspectiva subjetiva en el periodismo, valor que asocian a la búsqueda de beneficios personales y no sociales, así como a trabajos de baja calidad, de ahí que, una de las entrevistadas rechazara el uso de los géneros de opinión, asociándolos con discursos cargados de intereses personales:

“Hay que ser realista, el gremio reporteril es un área de lucha de egos y muchos prefieren mantener alto su ego y baja calidad informativa o mantener una agresividad que los haga trascender en la opinión pública, pero con trabajos periodísticos de opinión a costa de afectar a terceros”, Reportera A, 29 años, diario y radio.

3.2.3. El valor del servicio público

Los periodistas entrevistados creen que las expectativas de su público superan la capacidad de acción que su rol les confiere. En dicha creencia, no solo aparecen las altas expectativas de la audiencia, sino que está su propia ambición de lograr grandes cambios sociales. Ambas expectativas idealistas se frustran ante el limitado campo de acción en que se perciben los periodistas, como deja ver una de las entrevistadas:

“De nosotros esperan súper poderes, una varita mágica que cambie el mundo, creen que descubriremos el hilo negro de todo o que sabemos más de lo que en realidad sabemos, la gente nos tiene fe y nosotros les correspondemos haciendo lo que podemos, luchando contra intereses ajenos que obviamente jamás podremos vencer, pero lo intentamos”,
Reportera D, 29 años, diario.

Otra creencia que permea entre los testimonios recabados es la de que el periodista es una persona desinteresada de sí misma. El ideal de servicio público que les impone la profesión es interpretado como cierto desentendimiento de sí que se expresa en tolerar las condiciones que el campo impone a los reporteros: bajos salarios y jornadas excesivas. Los siguientes testimonios del Reportero B dan cuenta de ello:

“Somos personas con poco tiempo libre y pocas horas de sueño. Tenemos aspecto algo desenfadado, no muy elegante y a veces fodongo”.

“Los hacemos casi por amor a la profesión, quizá en algunos casos porque a estas alturas es lo único que sabemos hacer, pues no se puede decir que es por lo redituable económicamente”.

3.2.4. Las posibilidades de ver y aprender

En la auto representación de los entrevistados, la preparación universitaria es importante pero no definitoria, pues creen que el periodismo está más ligado a la capacidad de aprender en el día a día. El interés del periodista por conseguir información puede llegar a ser tal que, según la percepción del Reportero E, se entrega de lleno a esta tarea e, incluso, llega a mimetizarse con los acontecimientos y realidades que aborda:

“El periodista se puede formar por estudio, vocación o coincidencia. Somos curiosos, necios, traductores, preguntones, aferrados, pero sobre todo enamorados de la información”.

“Tomamos forma, color y hasta sabor de lo que hacemos. Muchas profesiones requieren de cierto nivel de conocimiento y actualizaciones, en nuestro caso no existen niveles, aprendes de lo que vives a diario. Te puedes preparar, pero siempre te llevarás sorpresas”.

Otra característica del discurso de los informantes es que la de reportero es considerada una categoría distinta y de menor valor que la de periodista, en vez de ser vista como una de las variantes de ésta. Como dejan ver los siguientes testimonios, a pesar de que lo que realizan como actividad profesional coincide con los rasgos que definen al periodismo, las entrevistadas reservan el título de periodista para un momento futuro de sus trayectorias al que llegarán tras acumular más experiencias y conocimientos. En el segundo fragmento se vislumbra nuevamente la percepción que los reporteros tienen sobre la dificultad de llevar a la práctica el ideal que guardan sobre el periodismo:

“Ahora hablaré en primera persona para aclarar que no me considero una periodista, sino una reportera en desarrollo, pues cada día se adquieren conocimientos y nuevas historias”, Reportera G, 30 años, televisión.

“Los periodistas son escasos. Yo pienso que lo que abunda son comunicadores, pues es difícil hacer periodismo real. Yo no me considero periodista, pues me falta experiencia pero como reportera, como alguien que se dedica a generar información para darla a conocer a la opinión pública, puedo decir que somos un grupo que tiene empatía por la verdad y la mayoría posee una fuerte obsesión con el trabajo”, Reportera A, 29 años, diario y radio.

3.3. Capitales cultural y social

El principal interés de los entrevistados es la obtención de capital cultural, expresado principalmente en la adquisición de conocimientos y habilidades. Los informantes apuntan como una importante ventaja de su trabajo la oportunidad de aprender cosas nuevas cada día así como de poner en marcha y afinar su capacidad analítica. Les interesa que el colectivo sea conocido por sus cualidades intelectuales y consideran como miembros ilegítimos a quienes recurren a la simulación para ser parte del grupo. En materia de conocimiento, se refieren tanto a cultura general como a cultura específica del ámbito periodístico, por ejemplo, leyes de acceso a la información pública. La siguiente serie de testimonios ilustra mejor dichos hallazgos:

“¿Quién puede convertirse en miembro de nuestro grupo?, ahora parece que cualquiera, aunque personalmente tengo estándares más altos, me gustan los reporteros pensantes, trabajadores, reflexivos, cultos, autocríticos, éticos, gente que no pretenda y que no tenga miedo de ser quien es, porque sinceramente un reportero siempre es interesante sin tanta pretensión”, Reportera D, 29 años, diario.

“Un periodista debe estar en constante formación, leer y leer sobre todos los temas de actualidad y de historia; aunque suene casi imposible, un periodista debe saber mucho de todo”, Reportero B, 32 años, radio.

“Los recursos esenciales que nuestro grupo necesita tener es capacidad de saber usar la Ley de Transparencia, pues considero que es una de las únicas instancias que existen para obtener algo más, muchas veces la información que no quieren que se dé a conocer”, Reportera A, 29 años, diario y radio.

Algunos informantes aluden también al capital cultural manifestado de forma objetivada en objetos como la libreta y la pluma, e incorporado en su semblante, en gestos que denoten estados de reflexividad e introspección. Valoran ampliamente el capital simbólico que les brinda el ser parte de una institución periodística y que se traduce en el acceso privilegiado a sitios o momentos de interés público. Dicho capital se ve cristalizado en el nombre del periodista, al ser el suyo un trabajo público, de ahí que, refieren algunos entrevistados, cuidar su imagen pública les resulta de vital importancia.

“Nuestra posición social es privilegiada todavía, pues tenemos acceso a espacios que el ciudadano común no. Empero,

también somos objeto de juicios severos y sumarios. No es cómoda nuestra posición social”, Reportero C, 35 años, sitio web.

“Se dice que el único patrimonio del periodista es el nombre y es lo que se debe cuidar desde el primero hasta el último día del ejercicio profesional”, Reportera H, 24 años, diario.

“Yo pienso que el valor más importante debe ser la ética profesional. Lograr que la ética periodística se refleje tanto en la información que generamos, como en la imagen personal que portamos y por el cual el lector, radioescucha o televidente nos conoce”, Reportera A, 29 años, diario y radio.

Al hablar de sí mismos, la tendencia es hacer una presentación negativa de aquellos colegas que se caracterizan por tasar el capital económico por encima del capital cultural. Más de uno usó el apelativo de pseudo periodistas para referirse a quienes utilizan su trabajo como un medio para hacerse de recursos económicos vía la publicación de información conveniente al poder político. El capital social manifestado en términos de cercanía y relación con los ciudadanos es catalogado como un recurso muy valioso por la mayoría de los entrevistados, mientras que la cercanía y admiración del reportero hacia las figuras de poder político y/o económico, es catalogado de forma negativa. El siguiente fragmento confirma el halo de superioridad que se ha gestado en torno a las figuras de poder político y económico en el campo del periodismo sonoreense, situación arraigada en el ideario de algunos periodistas y que se manifiesta en actitudes como la admiración y el sometimiento hacia aquéllas. Así lo hace ver el siguiente informante al referirse a ciertos colegas:

“Igualmente hay unos muy formalitos, parecen buena gente, especialmente cuando algún político o empresario les hace el favor de saludarlos y aquellos se desviven. No se la creen. Una mierda cortesana que campea a sus anchas en el circuito periodístico sonoreense”, Reportero C, 35 años, sitio web.

3.4. Habitus, o estrategias de juego en el periodismo

¿Qué estrategias adoptan los reporteros entrevistados para posicionarse al interior del campo profesional? Como se dejó ver párrafos atrás, los agentes que determinan lo que es publicable o no, y por tanto, quienes deciden la

forma de hacer periodismo en Sonora son las empresas de comunicación y las instituciones de poder gubernamental, ambos agentes interesados en incrementar sus capitales económicos a través del uso de la información. Dado que el capital que persiguen los informantes es el capital cultural, y éste no tiene gran peso en el campo, suelen percibirse en desventaja dentro del campo, condición que al ser interiorizada deviene en dos principales tendencias o formas de “jugar”: la primera, resistir la crisis material; la segunda, sobrellevar la crisis normativa.

3.4.1. Aguantando la crisis material

Las dos formas de afrontar las condiciones de vulnerabilidad material y límites de acción que los entrevistados ven como inherentes a su participación en el campo del periodismo son, por un lado, la de hacer un trabajo apegado a la búsqueda del bien común aunque percibiendo un bajo salario, o, por otro, corromper la actividad periodística a fin de hacerse de capital económico que pueda beneficiarles personalmente. Por supuesto, los informantes se auto perciben como partidarios de la actitud estoica ante los bajos salarios y critican a los colegas que se prestan a la corrupción de sus productos informativos, e incluso quienes buscan en otras áreas laborales mejores condiciones de vida:

“Diferentes son todos los periodistas que tienen comprometida su pluma por unos cuantos pesos, ellos no sólo son diferentes, creo personalmente que simplemente no son periodistas”, Reportera D, 29 años, diario.

“Quien tiene la capacidad de permanecer, quien a pesar de las circunstancias se mantiene y lucha por hacer bien su trabajo, son los que valen la pena”, Reportera A, 29 años, diario y radio.

La tolerancia no solo se da ante los bajos salarios, sino en cuanto a la censura que las empresas hacen del material informativo de sus reporteros. Solo en casos de que haya una línea editorial clara del medio de comunicación, los entrevistados conceden a sus colegas un tanto de comprensión respecto a la creación de productos informativos sesgados o con tendencia oficialista.

“Como nosotros [son] los verdaderos periodistas que hablan con la verdad ‘sin pelos en la lengua’, aunque entiendo que a veces su línea editorial los limite”, Reportera F, 26 años, radio.

En cuanto a la siempre latente posibilidad de censura por parte de sus empleadores, la estrategia de una de las informantes es escribir los trabajos a pesar de conocer de antemano dicha posibilidad:

“Lo más importante que un periodista debería hacer, es nunca dejar de escribir, no podemos ser juzgados por los trabajos que no nos publican, sino por lo que hemos escrito y no se ha publicado”, Reportera D, 29 años, diario.

Del siguiente fragmento se deduce que la manifestación pública de las inconformidades e inquietudes en torno a las condiciones laborales de los reporteros tienen una connotación negativa al interior del propio gremio, ya que suele asociarse con desatención del trabajo. La informante sugiere reconducir las reclamaciones al interior de las empresas a través de una mejoría de la producción periodística. En cierto sentido, insinúa que la vía para una mejora salarial debe provenir de un incremento en la calidad de la producción informativa.

“También es necesario que más que existir grupos de periodistas que se reúnen a desgarrarse las vestiduras sobre los riesgos de la profesión o las carencias que tenemos, que hacen marchas en horas hábiles (a donde únicamente van ellos porque el resto estamos trabajando) o invitar a un funcionario público a que ‘conviva’ con ellos en un desayuno, es importante que si quieren luchar, luchen por exigir mejores sueldos a las empresas informativas, que los reporteros sepamos dignificar nuestro trabajo dejando que nuestros textos hablen, que la calidad de nuestra información sea capaz de pedir mejores condiciones”, Reportera A, 29 años, diario y radio.

3.4.2. Sobrellevando la crisis normativa

Para algunos informantes, ser reportero implica defender discursivamente la importancia de la objetividad, la verdad y otros valores como constituyentes del campo, a la vez que se admite la dificultad de concretarlos. La narrativa que reconoce los límites y limitaciones y enfatiza los esfuerzos por actuar a pesar de éstas es el discurso al que recurren para justificar y sostener su rol social e identidad profesional. El último de los siguientes tres testimonios, sugiere que la crisis del oficio abarca no solo lo concerniente a sus normas,

sino que involucra el propio sentido de lo que para el periodista es o no trascendente como información de interés público:

“Nunca debemos perder de vista nuestro objetivo: transmitir información verídica en la medida de lo posible”, Reportera G, 30 años, Televisión.

“Es necesario tener como ideal la objetividad; aunque de sobra se sabe que no existe, la búsqueda de ella debe ser parte de nuestro trabajo”, Reportera H, 24 años, diario.

“Simple y sencillamente reportamos hechos de trascendencia, aunque muchas veces no son tan trascendentes como debieran, hay crisis en el periodismo”, Reportera D, 29 años, diario.

4. Discusión y conclusiones

El objetivo de este artículo fue analizar la ideología ocupacional en un conjunto de reporteros del estado de Sonora, México, es decir, aquellas ideas que guían su práctica y son resultado de su participación en el campo periodístico, así como factores que contribuyen a la reproducción del mismo.

El análisis de las entrevistas mostró que los informantes manifiestan fuerte apego al modelo dominante de periodismo, que promueve valores como la objetividad, la ética, la autonomía, la inmediatez y el servicio público, a pesar de que su puesta en práctica les representa un conflicto debido a que, si bien para ellos dichos valores significan profesionalismo, no constituyen un instrumento de poder al interior del campo profesional, y son otros agentes los que poseen el dominio de éste, principalmente las empresas para las cuales laboran y otras figuras de poder como los gabinetes de comunicación social.

Los valores que estos periodistas persiguen constituyen el capital cultural del campo, ése que les permite sentirse honorables y profesionales pero que no les garantiza mayor agencia que aquella que tienen los medios de comunicación, quienes, gracias a su capital económico, tienen mayor peso en la determinación de contenidos y estilos discursivos de la agenda informativa, al ser éste el tipo de capital más reconocido dentro del campo periodístico sonorense.

En el imaginario de los informantes, los capitales cultural y económico aparecen como mutua y completamente excluyentes, y el segundo viene

etiquetado de forma negativa, opuesta a lo que consideran ético, por lo que una de las estrategias de legitimación de los entrevistados es mantener una actitud abnegada ante la vulnerabilidad económica y social que para ellos implica participar en el sistema mediático, así como desaprobar a aquellos colegas que buscan acceder al capital económico supeditando sus productos informativos a favor de difundir una imagen positiva de las instituciones oficiales.

La idea reflejada algunos los informantes respecto a su posición en relación con las instancias gubernamentales, en concreto a través de los gabinetes de comunicación social, puede interpretarse como un indicador del poder simbólico (Bourdieu, 1996: 104) que dichas instituciones tienen al interior del campo periodístico y que les permite imponer la agenda temática al estar legitimadas como fuentes oficiales.

Una creencia limitante de, y a la vez legitimada por, varios entrevistados, es la que sostiene que el reportero no cuenta con criterio suficiente ni legitimación social para realizar periodismo de opinión e interpretativo, y que los géneros de información bastan para coadyuvar al desarrollo comunitario.

Ideas como “no me considero una periodista”, “es difícil hacer periodismo real” y que los hechos que reportan “muchas veces no son tan trascendentes”, presentes en el discurso de algunas de las informantes, conducen a ubicar al reportero, dentro del campo periodístico sonorense, en una posición desfavorable en relación a otros agentes para definir el rumbo de la profesión. Una de las interrogantes naturales que surge tras esta primera aproximación a la ideología ocupacional de periodista sonorense es ¿Cómo podría este colectivo modificar su sistema de creencias en torno a la profesión de manera que amplíen su horizonte de acción y puedan acceder a mejores ingresos económicos, sin que esto afecte sus sentidos de pertenencia y profesionalismo?

Por ser una aproximación inicial, los resultados de este estudio son apenas descriptivos, acaso una panorámica que, sin embargo, establece un punto de partida para seguir conociendo a fondo los procesos de articulación (Vos, 2012) de las normas centrales del campo periodístico en el contexto de estudio, con miras a, en un futuro, osar a intervenirlos.

Lo que se contempla como seguimiento a esta investigación es indagar en los significados e implicaciones que para el gremio en cuestión tendría el guiarse por valores distintos a los que marca la ideología dominante, por ejemplo, la subjetividad, así como ejercer el periodismo desde modelos de negocios que

no impliquen el ser contratado por una empresa. También, se requiere conocer sus experiencias, percepciones y actitudes sobre la posibilidad de transformar su capital cultural en capital económico, o bien, de incrementar este último, a fin de tener mayor acceso a los medios materiales para la difusión de su trabajo y obtener una remuneración justa, sin que ello implique un menoscabo de las creencias que le dan sustento a su rol social.

Partiendo de lo anterior, el estudio de la ideología ocupacional de los periodistas ganará en amplitud y profundidad si se comparan muestras por edad y otros indicadores como son los años de práctica, las procedencias disciplinarias y la posesión de títulos de posgrado. También, si se indaga en otros contextos como la educación superior, las salas de redacción y otros espacios de socialización y profesionalización. Asimismo, la incorporación de teorías discursivas y de la psicología social al marco conceptual, serviría para explicar mejor cómo el periodista legitima y/o cuestiona sus creencias y prácticas.

El uso de técnicas como los relatos de vida aportaría al tema en la medida en que ayudarían observar cómo la ideología ocupacional del periodista se construye y modifica en relación a experiencias vividas dentro del campo profesional pero también en el cruce de éstas con las de otras áreas y momentos de vida, de manera que se podría observar cómo se interpretan en lo individual algunas ideas referidas de forma reiterada por algunos informantes de esta investigación, por ejemplo, la idea de “hacer un cambio” a través del periodismo.

5. Bibliografía

Abad, B. (2016). Investigación social cualitativa y dilemas éticos: De la ética vacía a la ética situada. *Empiria. Revista de Metodología de Ciencias Sociales*, 34, 101–120. Recuperado de:

<http://revistas.uned.es/index.php/empiria/article/viewFile/16524/14219>

Bourdieu, P. (1987). Los tres estados del capital cultural. *Sociológica*, 5, 11–17.

Recuperado de:

<http://132.248.10.25/sociologica/index.php/Sociologica/article/view/1043/1015>

Bourdieu, P. (1996) *Sobre la televisión* 3a ed. Barcelona: Editorial Anagrama.

Bourdieu, P. (1997) *Razones prácticas*. Barcelona: Editorial Anagrama.

Bourdieu, P. (2002) *Campo de poder, campo intelectual*. Buenos Aires: Montessoro.

Covarrubias, A. y Reyna, V. (2011) Los meandros de transmitir sin recrear información en Sonora: Un sistema de medios y escuelas sin acción comunicativa. En Méndez, E. y Covarrubias, A. (Coord.) *Estudios sobre Sonora 2010* (pp. 79-109). Hermosillo: Universidad de Sonora.

Deuze, M. (2005) What is journalism? Professional identity and ideology of journalists reconsidered. *Journalism* 6(4) pp. 442-464

Díaz-Bravo, L., Torruco, U., Martínez, M., y Varela, M. (2013) La entrevista, recurso flexible y dinámico, *Investigación en Educación Médica* 2013; 2(7):162-167. Recuperado de <http://riem.facmed.unam.mx/node/47>

Hanitzsch, T. (2011) Populist disseminators, detached watchdogs, critical change agents and opportunist facilitators. Professional milieus, the journalistic field and autonomy in 18 countries. *The International Communication Gazette*. 73(6) 477-494

Martínez-Salgado, Carolina. (2012). El muestreo en investigación cualitativa: principios básicos y algunas controversias. *Ciência & Saúde Coletiva*, 17(3), 613-619. Recuperado de <https://dx.doi.org/10.1590/S1413-81232012000300006>

Márquez, M. (2012) Valores normativos y prácticas de reporte en tensión. Percepciones profesionales de periodistas en México. *Cuadernos de Información* 30, 97-110. Recuperado de <http://www.cuadernos.info/index.php/CDI/article/view/430>

Van Dijk, T. A. (1999). *Ideología. Una Aproximación Multidisciplinaria*. Barcelona: Gedisa.

Vos, T. (2012). “Homo journalisticus”: Journalism education’s role in articulating the objectivity norm. *Journalism*, 13(4), 435–449. <http://doi.org/10.1177/1464884911431374>

Willig, I. (2012) Newsroom ethnography in a field perspective. *Journalism*. 14(3) 372–387



Licencia Creative Commons
Miguel Hernández Communication Journal
mhjournal.org

Cómo citar este texto:

Alejandra Meza Noriega (2017): “ Resignación y persistencia en el campo del periodismo: una aproximación a la ideología ocupacional de los periodistas en el estado de Sonora, México”, en Miguel Hernández Communication Journal, n°8, pp. 179 a 203. Universidad Miguel Hernández, UMH (Elche-Alicante). Recuperado el __ de _____ de 20__ de: [\[link del artículo en mhjournal.org\]](#)

