

## "CÓMO COMPRENDER EL DISCURSO MEDIÁTICO Y AL LECTOR"

Leire GÓMEZ RUBIO

*Profesora de Periodismo. Universidad de Valladolid*

### Reseña:

PIÑUEL RAIGADA, José Luis; GAITÁN MOYA, Juan Antonio y LOZANO ASCENDIO, Carlos (2013): *Confiar en la prensa o no. Un método para el estudio de la construcción mediática de la realidad*. Salamanca: Comunicación Social. ISBN (edición papel): 978-84-15544-39-5. ISBN (edición e-book): 978-84-15544-40-1.

BIBLID [(2172-9077)6,2013,334-337]

Fecha de recepción: 19/05/2013

Fecha de aceptación definitiva: 20/05/2013

Los profesores José Luis Piñuel, Juan Antonio Gaitán y Carlos Lozano son los autores de este volumen que, centrado en la construcción mediática de la realidad, analiza algunos de los factores que sustentan la credibilidad de las informaciones contenidas en los medios de comunicación o que, por el contrario, llevan al lector desconfiar de las mismas y, por tanto, a cuestionarlas.

*Confiar en la prensa o no. Un método para el estudio de la construcción mediática de la realidad* se estructura en dos partes. La primera de ellas, es la titulada "Periodismo y dominio histórico de la existencia", donde, por un lado, se analiza "el acontecer" y "sus condiciones psico-biológicas", partiendo de la idea que "sólo nos puede implicar aquel acontecer que somos capaces de reconocer porque afecta tanto a nuestra existencia como a nuestro entorno". Para ello, los autores recurren a procesos de memoria y anticipación en el almacenamiento y recuperación de datos, así como a las condiciones cognitivas del acontecer relacionadas con el recuerdo y la evocación de

experiencias, además de las condiciones sociales que atañen a los procesos reproductivos de apropiación del entorno. Estas primeras páginas ponen de relieve la importancia de analizar cómo es la estructura del acontecer posible de ser percibido, representado y pautado conforme a ese dominio social de existencia histórica que, día a día, va construyendo el relato de la actualidad en los Medios de Comunicación de Masas.

Junto a esto, Piñuel, Gaitán y Lozano plantean el estudio de lo que ellos denominan el "acontecer posible", analizando sus márgenes de previsión y sus hábitos cambiantes ante el "acontecer esperado e inesperado" frente al que cambian los reajustes culturales del comportamiento cotidiano. Asimismo, examinan la práctica social del Periodismo desde las perspectivas de la génesis histórica de los relatos y la práctica social del consumo comunicativo, teniendo en cuenta la estructura de las industrias de los servicios periodísticos y la superestructura de los discursos de los medios que pujan por la hegemonía de su credibilidad para conformar los hábitos de la acción social.

La segunda parte del libro es "Periodismo, auto-referencia y dominio histórico de la existencia", que se inicia con el planteamiento y examen de la auto-referencia mediática y sus controversias, para continuar con una propuesta metodológica que incluye un análisis del discurso auto-referente en la prensa y una aplicación de la técnica Delphi con periodistas de fuentes y medios. En este caso, el objeto de estudio que se aborda es el discurso hegemónico a propósito de "la verdad" y "la comunicación" que aparece en los propios Medios de Comunicación de Masas cuando son éstos, precisamente, los que se convierten en referencia mediática a partir de los discursos periodísticos en sus diferentes formas: artículos de cualquier género de prensa, como medio de comunicación representativo. El análisis se centra en aquellas informaciones que, durante el bienio 2008-2009, tuviesen como referencia algún aspecto relacionado con la actividad de los Medios de Comunicación de Masas. En total, los resultados mostrados en este volumen se basan en un corpus compuesto por 4.176 unidades de análisis publicadas en periódicos de reconocido prestigio y tirada en España, como El Correo, La Voz de Galicia, El País, ABC, El Mundo, La Razón y La Vanguardia. En cada uno de ellos se analizan, entre otras, variables como el género periodístico empleado para dar

la información, sección en la que se incluye, su autoría, la forma en la que se titula, los emisores de las mismas, las funciones comunicacionales o sociales desempeñadas y la estructura que presenta el discurso.

Por otro lado, los autores completan el estudio con una batería de preguntas dirigidas a periodistas de fuentes (directores de comunicación) y periodistas de medios (gate-keepers). En esta parte, el objeto de análisis se centra en torno al "tráfico de informaciones" entre las organizaciones y las agencias de noticias y medios; los hábitos y actitudes que afectan a dicho tráfico; la personalización de las relaciones entre las fuentes y los periodistas; el compromiso de los medios en función de la relevancia de la noticia y/o el interés estratégico de la agenda; la credibilidad de la fuente en la valoración de las noticias por parte del periodista; las afinidades políticas, ideológicas y económicas en la valoración de las relaciones entre las fuentes y los medios; la preferencia y el uso de géneros periodísticos; autoría y protagonismo de las informaciones publicadas como consecuencia de sus relaciones con los periodistas; elección de las secciones en las que se ubican las informaciones, y la estructura del discurso en la que se integra más usualmente las referencias a instituciones o empresas en los medios de comunicación.

En definitiva, se trata de un libro en el que tras analizar algunos de los elementos sociales y comunicacionales que intervienen en la percepción del lector ante el discurso mediático, muestra el comportamiento, a través de la exposición de los resultados de una investigación, de periodistas y medios de comunicación, tanto informadores como generadores de información (fuentes), proceso en el que intervienen, sobre todo, la relación existente entre el informante y el medio, además del criterio económico, la afinidad política, el interés de la noticia y el perfil de la empresa informante e informadora. Es, por lo tanto, un volumen que ayuda a entender, y a comprender, el trabajo de los medios de comunicación de masas, así como la actitud de los lectores ante las informaciones publicadas.

En consecuencia, su lectura es muy recomendable, no sólo para docentes de Periodismo y Comunicación, sino también para estudiantes y profesionales que quieran conocer en profundidad los factores que participan en las diferentes

Gómez Rubio, Leire  
"Cómo comprender el discurso mediático y al lector"

partes, procesos y agentes que elaboran y reciben el discurso de los mass media.