

Etnografía de la producción de noticias: entrevistas antropológicas por teléfono en una experiencia pandémica

*Ethnography of News Production: Anthropologic Interviews by Telephone in a Pandemic Experience*

**João França.** Universitat de Barcelona (España)

Periodista. Graduado en Humanidades por la Universitat Pompeu Fabra y máster en Antropología y Etnografía por la Universitat de Barcelona, donde actualmente cursa estudios de doctorado en Antropología Social y Cultural. Profesor en el programa BaPIS de la UPF y el Máster en Género y Comunicación de la UAB.  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2352-3942>

Artículo recibido: 31/10/2023 – Aceptado: 04/12/2023

**Resumen:**

A partir de una etnografía realizada durante la pandemia de covid-19 sobre el trabajo de periodistas en redacciones de actualidad diaria de la ciudad de Barcelona, el artículo plantea la relevancia de los métodos de la antropología para el estudio de la producción de noticias. La investigación en la cual se basa se desarrolló a través de entrevistas telefónicas; por un lado, se aporta una reflexión sobre las características de la entrevista antropológica y por otro sobre las particularidades de la investigación a través del teléfono. Finalmente, a partir de la investigación realizada, se plantean las posibilidades y las limitaciones del trabajo a través de la entrevista antropológica.

**Palabras clave:**

Etnografía de redacción; entrevista telefónica; producción periodística; antropología; no directividad

**Abstract:**

*Based on an ethnography carried out during the covid-19 pandemic on the work of journalists in daily media newsrooms in the city of Barcelona, the article proposes the relevance of anthropology methods for the study of news production. The research on which it is based was developed through telephone interviews; on the one hand, a reflection is provided on the characteristics of the anthropological interview and, on the other, on the particularities of research over the telephone. Finally, based on the*

research carried out, it raises the possibilities and limitations of the work through the anthropological interview.

**Keywords:**

*Newsroom ethnography; telephone interview; news production; anthropology; non-directivity*

## 1. Introducción

### 1.1. Aprendizajes de una investigación que no fue

La investigación en la cual se basa este artículo es el fruto de la metamorfosis de un periodista en antropólogo. Fruto de inquietudes surgidas de la experiencia trabajando en prensa diaria, de los retos a la hora de intentar hacer un periodismo honesto y transformador en un contexto precario, y de los cuestionamientos y reflexiones compartidas con colegas, surgió una necesidad de mirar con distancia nuestra propia práctica profesional, y la antropología aportaba herramientas útiles para esa reflexión.

Lo que se presenta aquí es también una serie de aprendizajes a partir de algo que no pudo ser. El objetivo inicial de la investigación era hacer observación participante en una redacción, pero la pandemia de covid-19 redujo a cero o a mínimos el trabajo presencial en las redacciones. Si ya es baja la probabilidad que sea bien recibida la presencia de un investigador en una redacción (Paterson, 2008; Puijk, 2008), el confinamiento lo hizo del todo imposible. Así pues, lo que se plantea aquí es la relevancia de la etnografía para el estudio de la producción periodística, pero con una experiencia metodológica que no es la de una etnografía al uso, sino que en este caso se desarrolló a partir de entrevistas telefónicas.

El trabajo en el que se sustenta este artículo se basa en 36 entrevistas telefónicas a 23 profesionales de redacciones de la ciudad de Barcelona, realizadas entre marzo de 2020 y julio de 2021<sup>1</sup>. Aunque las personas entrevistadas no formen parte de una misma organización, comparten un campo de actuación. Los y las periodistas que trabajan en redacciones de la ciudad de Barcelona cuentan en gran medida con espacios y relaciones en común en los que se construyen significados y un sentido común sobre la profesión (Zelizer, 1993).

La investigación se centró en la noción de responsabilidad entre los y las profesionales que trabajaban en medios de actualidad diaria en el contexto de la pandemia (França, 2021), pero como veremos, la metodología da pie a explorar cuestiones muy diversas — a la vez que es poco apropiada para estudiar otras.

---

<sup>1</sup> El rango de edad de las personas entrevistadas está entre los 24 y los 63 años, con la mediana alrededor de los 40. 14 son mujeres y 9 son hombres, y sus cargos van desde redactores y redactoras (14) a jefes y jefas de sección (4), miembros de la dirección (1), y directores y directoras de programas (3) y de medios (1). Con relación a los medios en que trabajaban, son tanto de titularidad privada (13) como pública (10), e incluyen diarios impresos (7) y digitales (5), televisiones (6), radios (3) y agencias de noticias (2), de ámbito estatal, autonómico y local.

## 1.2. Entender la producción periodística

Bruno Latour (1987/1992), en su reflexión sobre cómo se produce el conocimiento científico y técnico, señala las “cajas negras” de conocimiento que ya no son puestos en cuestión. “En lugar de encerrar los aspectos técnicos de la ciencia en una caja negra y buscar *luego* sus prejuicios e influencias sociales, nos dimos cuenta [...] cuánto más simple era estar presente *antes* que la caja se cerrase y se volviese negra”, plantea Latour (1987/1992, p. 21). Si aspiramos a entender el funcionamiento de algo tan relevante para la construcción de significados en nuestra sociedad como es el periodismo, deberíamos, como hace Latour con la ciencia, observar no sólo *la noticia elaborada* sino *la noticia en proceso de elaboración*. Los métodos de la antropología son especialmente pertinentes para afrontar este reto.

Y a pesar del potencial que ofrecen este tipo de investigaciones, ¿cuál es su relevancia para el propio campo periodístico? “En general, a la gente no le gusta que la conviertan en objeto, y a los periodistas menos que a nadie”, asegura Pierre Bourdieu (1996/2010, p. 21). Tony Harcup (2012) apunta que, para los y las periodistas, los estudios sobre la profesión no hacen más que señalar obviedades. Isabel Travancas (2010, p. 96) añade, además, que la percepción del propio sector es que el relato académico siempre será negativo hacia la práctica profesional. A pesar de todo, tal y como plantea Harcup, las personas que tenemos un pie en cada lado podemos aspirar a superar las barreras entre el periodismo y la academia y buscar respuestas conjuntamente.

Para abordar esta cuestión, en el presente artículo se ofrece un estado de la cuestión sobre el uso de la etnografía para estudiar las redacciones periodísticas, las claves que ofrece la antropología y la entrevista antropológica para este tipo de investigaciones, y algunos apuntes sobre las particularidades de la entrevista telefónica, para luego apuntar a las posibilidades y los límites de las investigaciones de este tipo.

## 2. Etnografías de redacciones

### 2.1. El desarrollo de un campo

En las décadas de los 1960 y los 1970 se desarrolla en el contexto anglosajón una corriente de sociología de los medios de comunicación, que produjo etnografías de redacciones periodísticas especialmente en los Estados Unidos. Estas investigaciones retoman una preocupación por el papel del periodismo que ya había abordado la Escuela de Chicago de sociología desde principios del siglo XX (Hughes, 1940/1981; Park, 1915) y algunos sociólogos estadounidenses en los años 1950 (Breed, 1955; White, 1950). Según Sarah Stonbely (2015, pp. 263-264), el resurgimiento del interés por el estudio de los medios de comunicación a mediados de los años 1960 se puede atribuir a 1) la maduración de la sociología de las organizaciones, 2) la influencia de las teorías marxistas, con su énfasis en la naturaleza simbiótica de las estructuras de poder, y 3) una conciencia creciente de la importancia de los medios en la política.

Las teorías sociológicas de la organización, que ganaron relevancia a final de los años 1940, se trasladan al campo del periodismo, y las investigaciones de que habla Stonbely<sup>2</sup> constatan que “news organizations were not following what might seem to be their natural imperative (to report the most important events of the day), but rather were producing a standardized product that met the rational needs of the organization” (2015, pp. 261-262). El principal producto que comercializan estas organizaciones no son las noticias, sino los espacios publicitarios, y es alrededor de este objetivo que se organiza el trabajo.

En el contexto de crítica a la autoridad institucional, aparece la crítica al *profesionalismo*, un término que los estudios de redacciones demostraron que significaba “two different, and contradictory, things: to newswriters it meant autonomy and objectivity; to the sociologists, it meant internalizing organizational imperatives in service of established power” (Stonbely, 2015, p. 264). El profesionalismo, para los y las periodistas, haría referencia a conocer los detalles de las rutinas burocráticas, cultivar fuentes en instituciones gubernamentales, y saber qué información les conviene a sus editores; en definitiva, desarrollar su trabajo siguiendo los criterios considerados profesionales dentro de las organizaciones.

## 2.2. Más allá de la organización

Reflexionando sobre la etnografía de las redacciones en el cambio de siglo, Simon Cottle (2007) considera que los estudios de las décadas de 1960 y 1970 pusieron demasiado énfasis en las rutinas, que permitían la teorización sobre las necesidades burocráticas y las normas profesionales como explicación de por qué las noticias se ajustaban a una determinada ideología. Esa tendencia, asegura, fue útil para contrarrestar ideas simplistas de conspiración e instrumentalización surgidas del análisis de las noticias publicadas. Sin embargo, remarca que esas investigaciones lo lograron “at the cost of denying journalists their agency in the purposeful construction and reproduction of different news products” (Cottle, 2007, p. 10). Por eso asegura que es necesario pasar de hablar de “rutinas”, establecidas por las organizaciones, a hablar de “prácticas”, desarrolladas por individuos.

Journalists do what they do for the most part knowingly and purposefully, which is not to say they are on an ‘ideological mission’ or, in idealist terms, that they somehow escape the structures in which they work. But it is to say that they are more consciously, knowingly and purposefully productive of news texts and output than they have been theoretically given credit for in the past. (Cottle, 2007, p. 10)

Pamela J. Shoemaker y Stephen D. Reese (2014) proponen abordar esta complejidad desde un modelo de *jerarquía de influencias* en la producción de noticias. Lo analizan en cinco niveles: 1) el *individual*, que incluye las características personales del o la comunicadora; 2) el de las *rutinas*, en qué opera el individuo; 3) el *organizacional*, que se diferencia del de las rutinas porque observa el contexto más amplio de la organización en qué opera el individuo, a un nivel que podríamos llamar empresarial; 4)

---

<sup>2</sup> Su reflexión se refiere a los trabajos de Edward Jay Epstein, Gaye Tuchman, Mark Fishman y Herbert Gans.

el de la *institución social*, que explora las influencias que provienen de un nivel transorganizacional, en el que los medios dependen de y compiten con otras instituciones; y 5) el del *sistema social*, que aborda influencias más sistémicas, incluyendo las fuerzas ideológicas.

Lo que plantean tanto Cottle como Shoemaker y Reese es, al fin y al cabo, estudiar la práctica del periodismo teniendo en cuenta las tensiones entre estructura y agencia, no poniendo el foco sólo en una de las dos.

El trabajo etnográfico sobre la producción informativa es creciente en distintos lugares —más en las publicaciones del campo de la comunicación que en las estrictamente antropológicas—, pero en el contexto del Estado español encontramos pocas investigaciones que aborden la producción de noticias desde la etnografía. La tesis de Rosa M. Martín Sabarís (1999) sobre Euskal Telebista, un volumen dirigido por Joana Gallego Ayala (2002) sobre la transmisión de estereotipos de género o el trabajo de David Domingo (2008) sobre las redacciones digitales son algunos de los pocos ejemplos de etnografías de redacciones desarrolladas en nuestro contexto.

Cabe destacar también que ese tipo de estudios son más propios del ámbito y las publicaciones de los estudios de comunicación que de la antropología. Hace ya más de una década, Elizabeth Bird señalaba que, a pesar del desarrollo creciente de la antropología de los medios de comunicación, “until recently few anthropologists explored news as a cultural phenomenon, focusing instead on entertainment media — TV, film, music, and so on” (2010, p. 2). A pesar de que el volumen editado por Bird recoge varias investigaciones que van en esa línea, es un campo donde a la antropología todavía le queda mucho por explorar.

### 3. Una etnografía pandémica

#### 3.1. Abrirse a lo inesperado

Al hacer una defensa de la etnografía de redacciones periodísticas a partir de una experiencia que se basó en entrevistas, no podemos dejar de lado la pregunta sobre qué es lo que hace “etnográfico” ese trabajo. Una respuesta sencilla sería decir que se trataba de “entrevistas etnográficas”, pero eso haría llevarse las manos a la cabeza al antropólogo Tim Ingold (2014), que cuestiona el abuso del adjetivo “etnográfico”. Nos plantea que a menudo se usa como un sustituto de moda para “cualitativo”, mientras que la investigación antropológica requiere más que entrevistas cualitativas; pasa por “long-term and open-ended commitment, generous attentiveness, relational depth, and sensitivity to context” (2014, p. 384).

La antropóloga Rosana Guber (1991/2004) ofrece algunas claves para pensar en qué consiste la entrevista antropológica. Guber empieza por hacer una comparativa con las entrevistas estructuradas y cuestionarios, y nos señala que “al plantear sus preguntas, el investigador establece el marco interpretativo de las respuestas,” pero “comprender los términos de una cultura o de un grupo social, la perspectiva del actor, consiste en reconocer que el de los informantes es un universo distinto del mundo del investigador” (1991/2004, p. 207). “La mayoría de los temas abordados por las entrevistas en

investigación social son cuestiones que los informantes quizá manejen cotidianamente, no reflexiva sino prácticamente, en el decurso de su vida, en sus contextos específicos”, nos dice Guber (1991/2004, p. 209), y a veces pecamos de esperar que ese conocimiento práctico se exprese en términos de conocimiento teórico; confiamos que con formular correctamente la pregunta conseguiremos las respuestas esperadas.

El reto en antropología es encontrar “cómo descubrir e incorporar temáticas del universo del informante a la entrevista que no hayan sido previstas por el investigador”, y para esto “la entrevista antropológica se vale de tres procedimientos: la atención flotante del investigador, la asociación libre del informante y la categorización diferida del investigador” (Guber, 1991/2004, pp. 211-212). O en términos más amplios:

La premisa del trabajo de campo antropológico es que, si bien conocemos desde nuestro bagaje conceptual y de sentido común en relación con el objeto de investigación, vamos en busca de temas y conceptos que la población vierte por asociación libre; esto no significa replicar la no directividad de los psicoanalistas, sino que los informantes introducen sus prioridades en forma de temas de conversación y prácticas atestiguadas por el investigador, en modos de recibir preguntas y de preguntar, donde revelan los nudos problemáticos de su realidad social tal como la perciben desde su universo cultural. Para captar este material, el investigador permanece en atención flotante (Guy Michelat y Jacques Maitre, en Thiollent, 1982), un modo de escuchar que consiste en no privilegiar de antemano ningún punto del discurso (pág. 91). Este procedimiento se diferencia del empleado en las encuestas y cuestionarios porque la libre asociación permite introducir temas y conceptos desde la perspectiva del informante más que desde la lógica del investigador. Al promover la libre asociación, ello deriva en cierta asimetría parlante en la entrevista antropológica, con verbalizaciones más prolongadas del informante, y mínimas o variables intervenciones e inducciones por parte del investigador.

[...] Sin perder sentido crítico y capacidad de asombro, se trata de confiar en que se llegará a alguna parte, es decir, que todo aquello tiene alguna lógica y que esa lógica es la perspectiva del actor. En el proceso de recepción de información, esta confianza se pone de manifiesto en el acto de categorizar. Si concebimos el trabajo de campo como un camino por lo incierto e inesperado, las piedras y lianas podrían asimilarse a los conceptos que, en tanto sentidos y relaciones sociales, transmiten los informantes y que el investigador no sabe a ciencia cierta cómo decodificar. Dicho más académicamente, "el centramiento de la investigación en el entrevistado supone que el investigador acepta los marcos de referencia de su interlocutor para explorar juntos los aspectos del problema en discusión y del universo cultural en cuestión" (Thiollent, 1982: 93, la traducción es nuestra). (Guber, 1991/2004, pp. 213-214)

La no directividad, la “capacidad de asombro” que plantea Guber, es clave para el desarrollo de un trabajo antropológico. Evidentemente, partimos con nuestras propias ideas y temas de investigación, pero lo relevante del abordaje antropológico es estar abierto a lo inesperado. En el caso de la investigación que aquí nos sirve de ejemplo, se empezaron las entrevistas con unas preocupaciones determinadas, pero en las conversaciones emergían nuevas cuestiones que se podían trasladar a las nuevas



entrevistas, y en ese proceso se construyó el que finalmente fue el tema de la investigación.

### 3.2. Algunos límites de las entrevistas

Más allá de la riqueza que nos puede aportar la entrevista antropológica, construir una investigación a partir de entrevistas tiene sus límites. Teniendo en cuenta el carácter de *habitus* de las rutinas periodísticas —de conocimiento práctico más que teórico, en los términos que usa Guber—, David M. Ryfe cuestiona el abuso de la entrevista como método en la investigación sobre la producción periodística:

To the extent that the practice of news production is organized into routine strips of behavior (schemas) that are stored in the long-term memory of journalists, motivations for the resulting action are likely to be inaccessible to conscious reflection. (2020, p. 361)

Lo que plantea, sin embargo, no es un rechazo de esta herramienta, sino tener clara su utilidad: conocer los *significados* que los y las periodistas otorgan a las acciones, más que entender las prácticas en sí, lo que requeriría otros abordajes metodológicos. Construidos *a posteriori*, estos significados “often serve as *justifications* for action taken on the basis of other, largely unconscious, reasons. [...] Interviews, in this sense, give researchers a glimpse into the sorts of justifications, and the corresponding cultural boundaries, at work in a given social milieu” (Ryfe, 2020, p. 356).

La entrevista funciona, pues, como una herramienta útil para explorar los significados, las justificaciones, y por lo tanto resultó un buen método para el estudio de la reflexión ética que acompaña las acciones de los y las periodistas en el trabajo sobre la noción de responsabilidad.

### 3.3. Periodista antropólogo

La selección de las personas entrevistadas para la investigación partió principalmente de mi experiencia personal como periodista. Con muchas tenía una relación previa, y a otras llegué a partir de recomendaciones, siguiendo una estrategia de *bola de nieve*, con el objetivo de añadir diversidad a la selección. Más que de una muestra, se trataría de un estudio de múltiples casos (Small, 2009, pp. 24-27), cada uno independiente pero informado por el anterior, en la línea de lo apuntado con relación a las entrevistas: de una conversación emergían nuevos temas sobre los que se podía preguntar a la siguiente persona entrevistada.

La proximidad personal y/o profesional —y seguramente el hecho de que sean profesionales de hacer entrevistas y quizás vivieran la demanda con cierta reciprocidad — permitió un alto nivel de respuesta, ya que sólo tres de las personas contactadas no fueron finalmente entrevistadas; una declinó ante la ansiedad que le generaba la situación, con otra no se llegó a concretar una fecha definitiva tras varios intentos de reprogramarla por sus responsabilidades laborales, y la tercera nunca llegó a responder el mensaje en que se le hacía la propuesta.

Más allá del acceso, el hecho de compartir profesión y a menudo una red de relaciones con las personas entrevistadas aportó algunas ventajas. Pierre Bourdieu, en *La miseria del mundo*, defiende la proximidad social y la familiaridad entre la persona entrevistadora y la entrevistada, cuando “el interrogatorio tiende naturalmente a convertirse en un socioanálisis de a dos, en el cual el analista está atrapado y puesto a prueba en la misma medida que la persona a la que interroga” (1993/1999, p. 531). El hecho es que, en las entrevistas, especialmente con las personas conocidas, estuvo muy presente la reflexión compartida sobre la profesión. Como señala Bourdieu, en estos casos “el interrogador tampoco puede olvidar que al objetivizar al interrogado se objetiva a sí mismo [...], lo que explica la impresión de desasosiego que dijeron que habían experimentado casi todos los interrogadores que estaban situados en una relación semejante” (1993/1999, p. 531).

Por su lado, Rosana Guber afirma que la persona que investiga y la población con la que trabaja provienen de “dos mundos sociales distintos”, “aun cuando el investigador pertenece al mismo grupo o sector que sus informantes, y ello porque el interés del primero —la investigación— difiere del de sus interlocutores y su mirada no es como la de alguien en la cotidianidad”. En ese sentido, la reflexividad es un elemento clave en la investigación, y “es muy probable que el investigador sepa más de su reflexividad después de haberla contrastado con la de sus informantes que antes del trabajo de campo” (1991/2004, p. 88).

### 3.4. La pandemia como oportunidad

Según la etnografía del trabajo periodístico desarrollada en los años 1970 por Gaye Tuchman (1978/1980), el periodismo de actualidad se desarrolla principalmente a partir de rutinas destinadas a tener un producto listo para la comercialización al final de cada día. Para poder construir un relato delimitado sobre la realidad, los y las periodistas recurren a tipificaciones de los eventos que consideran noticias, hasta el punto de que Tuchman identifica una tipología para lo que no se puede tipificar, lo que sus informantes llaman “*what-a-story*”, una información que escapa a cualquier planificación previa.

Cuando observa la reacción a un anuncio presidencial completamente inesperado en la redacción de un periódico, se encuentra enseguida con una comparación: desde un determinado evento anterior —que se invoca como referencia—, no se había visto nada igual.

That is, rules governing the *what-a-story* were invoked by citing another *what-a-story*. Indeed, the invocation [...] involves an implicit call to reduce the variability of events as the raw material of news, for it states that this event-as-news is “like” that one from years ago. (Tuchman, 1978/1980, p. 62)

Tipificar hasta aquello que se escapa a los esquemas y a las previsiones es una estrategia para que la producción informativa pueda reaccionar rápidamente a eventos inesperados y los pueda convertir en noticias.



En el caso de la pandemia de covid-19, los y las periodistas entrevistadas, tanto al inicio del confinamiento como más de un año después, coinciden en que no han vivido nada similar en sus carreras profesionales. Recurren a algunos ejemplos de “what-a-story” justamente para señalar que *no* son comparables: el siniestro del vuelo de Germanwings en marzo de 2015, los atentados de las Ramblas de Barcelona del 17 de agosto de 2017, o las manifestaciones contra la sentencia que condenó a los políticos independentistas catalanes en octubre de 2019. Una idea recurrente fue que sólo se podría comparar con una guerra, pero Àngels, que al inicio de la pandemia era jefa de Internacional en un periódico y que ha trabajado en zonas de conflicto, niega rotundamente la comparativa (30/06/2021).<sup>3</sup> Hasta un conflicto bélico es un tipo de noticia muy concreto.

Este contexto, especialmente complejo para el trabajo periodístico —así como para la investigación—, también pudo resultar una oportunidad. El hecho de encontrarnos en un contexto que removía muchas de las prácticas profesionales naturalizadas, en la línea de lo que plantea Ryfe, permitía que emergieran cuestiones que normalmente no hubieran formado parte de una reflexión consciente.

Y con relación al tema de la investigación, se trataba de un momento de *ruptura moral* (*moral breakdown*), como plantea Jarrett Zigon, sobre el que es especialmente interesante poner el foco, porque “the need to consciously consider or reason about what one must do only arises in moments that shake one out of the everydayness of being moral” (2007, p. 133).

El contexto de excepcionalidad, de ruptura moral, es una oportunidad para observar cómo los valores morales de las personas que hacen periodismo se ponen en tensión con las lógicas organizacionales y la ideología profesional. Sus relatos revelan la interacción entre su sentido de ética y legitimidad profesional y el resto de elementos que configuran la ideología de la profesión. La cobertura de la pandemia, con el impacto que representa en las prácticas cotidianas, es una pequeña ventana a través de la que observar “the ways in which the moral dispositions themselves are shaped and reshaped” (Zigon, 2007, p. 148).

## 4. Entrevistas telefónicas

### 4.1. Una alternativa accidental

Existe bastante literatura sobre la entrevista cualitativa o etnográfica a través del teléfono (Block & Erskine, 2012; Dinham, 1994; Holt, 2010; Stephens, 2007; Taylor, 2002). Todos los casos consultados llegaron a este método ante limitaciones para conducir la investigación presencialmente, pero destacan algunos beneficios. Si bien en la vida cotidiana la investigación telefónica se asocia a los estudios de mercado y genera encuentros que provocan suspicacia y frustración (Taylor, 2002, p. 20), en esta literatura se reflexiona sobre cómo conseguir profundidad etnográfica a través de este medio, que resulta no ser necesariamente la alternativa de segunda —“‘second-best’ option” (Holt, 2010, p. 120)— ni una alternativa blanda —“soft option” (Dinham, 1994, p. 26).

---

<sup>3</sup> Las personas entrevistadas aparecen citadas con seudónimos y junto a la fecha de entrevista. La mayoría de las entrevistas se desarrollaron en catalán y han sido traducidas aquí por el autor.

Si bien Anthea Taylor alerta que el teléfono particular es un espacio íntimo en que la intervención podría parecer invasiva (2002, p. 24), seguramente el caso de los y las periodistas se parecería más a la situación que señala Patricia L. Sunderland sobre la comunidad jazz de Nueva York, en la que el teléfono particular también tenía un uso profesional intensivo (1999, pp. 108-109). De hecho, al igual que yo, la mayoría de las personas entrevistadas estaban trabajando, a su vez, haciendo entrevistas desde casa — con sus teléfonos personales. En varias ocasiones durante las entrevistas se daban conversaciones sobre los métodos para grabar las mismas, con intercambio de estrategias.

Con relación a los beneficios del método, la mayoría de esas investigaciones desarrolladas por teléfono (Dinham, 1994; Holt, 2010; Stephens, 2007; Taylor, 2002) señalan la comodidad que tiene la persona entrevistada en su propio entorno, normalmente doméstico. Y más allá de estar en casa, se destaca también el hecho que la persona que conduce la investigación no está ahí y “the opportunity the telephone provided as a face-saving mask” (Taylor, 2002, p. 22), que permite reducir la distancia social y el esfuerzo en la expresión del *self* —el sí mismo—, permitiendo una interacción más relajada.

Además, Amanda Holt destaca otro elemento de comodidad que va más allá del hecho de estar en casa: “If I called at the agreed time, and something had come up for the narrator, there was no embarrassment or difficulty in re-arranging the appointment (as there may have been had I turned up at their door)” (2010, p. 116). La entrevista telefónica es mucho más fácil de reprogramar a otro momento más conveniente —lo que puede ser un inconveniente para quien conduce la investigación, pero asegura un momento adecuado para la persona entrevistada.

#### 4.2. Una aplicación sobre los usos del tiempo

Para mostrar la posibilidad de encontrar profundidad etnográfica a través de la entrevista telefónica, planteo algunos elementos de mi propia investigación relacionado con los usos del tiempo de los y las periodistas que trabajaban desde casa.

En mi caso, esta flexibilidad de la que habla Holt llevó a distintos tipos de situaciones. En algunos casos, la respuesta a mi primer contacto, proponiendo la entrevista a través de un mensaje, era que aquel era un buen momento para hacerla, inmediatamente. En otros, se programaron para días en que la persona no trabajaba o alguna noche. También hubo quien eligió algún momento previsiblemente más tranquilo de la jornada laboral, pero a menudo resultaba en interrupciones relacionadas con mensajes de trabajo: “Llevo media hora contigo y me van a matar”, dice Lorena (19/03/2020) para poner fin a la entrevista que yo le había propuesto precisamente como de “media horita”. A Teresa, es su marido —que trabaja en el mismo medio— quien la interrumpe para decirle que la reclaman. En el caso de Anna las informaciones de última hora nos hicieron cortar la primera entrevista al cabo de tan sólo once minutos:

Mientras hablábamos me ha dicho que habían salido nuevos datos de muertos e infectados y que en unos minutos tendríamos que cortar la conversación y retomarla más tarde. He ido escuchando como le llegaban mensajes y me ha

dicho que teníamos que dejarlo porque se lo estaban reclamando. Me ha dicho que podríamos hablar después de comer, pero cuando le he escrito me ha dicho que estaba pendiente de una rueda de prensa y después ya me ha sabido mal insistir. (Diario de campo, 21/03/2020) [No retomamos la conversación hasta el 2 de abril.]<sup>4</sup>

En cambio, de un carácter diferente, menos rígido, son las interrupciones relacionadas con los cuidados. La interacción previa a la conversación con Helena es especialmente ilustrativa sobre la flexibilidad asociada a la entrevista telefónica y los tiempos de los cuidados:

[Alrededor de las 16h] me ha dicho que acababa de llegar a casa y quería estar un rato con su hijo, y hemos quedado en que la llamaría más tarde. [...] me ha vuelto a llamar un poco antes de las 20h, pero justo tenía yo la cena en el fuego y le he propuesto hablar en 10 minutos. Me ha preguntado cuánto tiempo necesitaría para la entrevista, porque ella también quería cocinar, y cuando le he dicho que unos 30 o 40 minutos me ha propuesto hablar más tarde, cuando hubiera puesto a su hijo a dormir. [...] Ya casi a las 22h me ha llamado. Le he preguntado si podía grabar y me ha preguntado si lo usaría [como audio] o sólo transcribiría, porque estaba recogiendo la cocina mientras hablábamos [y haría ruido]. (Diario de campo, 16/03/2020)

Holt —que entrevista principalmente a madres en familias monomarentales— señala que “this flexibility was particularly useful when young children were present, as the use of the telephone seemed to provide parents with a legitimate reason to resist interacting with their children in a way which face-to-face encounters may not” (2010, p. 177). Lo pude observar durante los primeros días de confinamiento. “Un momento, que estoy hablando por teléfono con un amigo. Luego, cuando cuelgue, hacemos fuego”, le decía David (14/03/2020) a su hijo. En cambio, 16 días más tarde, Sara era interrumpida diversas veces por los dos hijos que le reclamaban atención:

*Sara [a su hijo pequeño]:* ¿Qué pasa? ¿Quieres decir hola? ¿Sí? ¿Quieres decir hola? Di hola.

*Yo:* ¡Hola!

*El hijo:* ¡Yaya!

*Sara:* Luego estoy entrevistando al director de Médicos sin Frontera y me pasa esto. Pero claro, es entrañable porque todo el mundo está igual. En otros momentos podía quedar poco serio, pero ahora esto está en la cresta de la ola [ríe], entonces bien. (30/03/2020)

Ambos periodistas cualifican las situaciones de “costumbrista” y “entrañable” respectivamente, adjetivos que en cierta forma buscan justificar las interrupciones asociadas a los cuidados, una justificación que no requieren las que están asociadas al terreno laboral. En el caso de los y las periodistas, por norma general, la última hora siempre se impone y las interrupciones laborales tienen prioridad en la distribución del

<sup>4</sup> Aunque el trabajo se desarrollara a través de entrevistas, sin observación propiamente dicha, llevar un diario de campo que recogiera las interacciones tanto durante como fuera de las entrevistas resultó muy útil para el análisis posterior. De la misma manera que las entrevistas, las entradas del diario de campo están traducidas del original en catalán.

tiempo. En cambio, el tiempo de los cuidados, como hemos visto en el contexto de las llamadas, se negocia.

Poder “observar” a través del teléfono este tipo de situaciones permitió analizar en más detalle tensiones en relación con el balance trabajo-cuidados-vida personal en la profesión, no solamente en el contexto de la pandemia; el hecho de que ese contexto acentuara las tensiones existentes permitió poner en relieve cosas que iban más allá. En los discursos de las personas entrevistadas vemos que por norma general se asocia una dedicación sin límites a la “vocación periodística” y la vieja idea del periodismo como sacerdocio. Quien busca poner límites a esa dedicación tiene que asumir una contradicción, y acaba declarando que su decisión se entiende como de “mal periodista”.<sup>5</sup>

## 5. Algunos apuntes sobre la utilidad del método

### 5.1. Una experiencia fructífera

A modo de conclusión, debo decir que el método resultó muy fructífero para aquello que me planteaba estudiar: los discursos de periodistas sobre la función de la profesión en el contexto de la pandemia —y más allá—, cómo entienden su responsabilidad y cuáles son los conflictos entre su propia visión del mundo y la ideología profesional (França, 2021).

Al mismo tiempo, toda la información generada en las entrevistas —gracias a la apertura del abordaje antropológico— permitiría explorar muchos otros temas. Por ejemplo, por apuntar sólo dos caminos posibles, la importancia que dan los y las periodistas a la producción colectiva en qué se basa su trabajo, tanto dentro de una redacción como entre periodistas de una misma especialidad, o también el impacto que sienten del trabajo emocional que implica contar historias de personas que están pasando por situaciones muy difíciles o exponerse a las informaciones diarias sobre defunciones.

### 5.2. Limitaciones y oportunidades

Hay que recordar, sin embargo, que el trabajo a partir de entrevistas nos obliga a limitarnos a los significados que dan los y las periodistas a sus acciones. Si no somos conscientes de eso, como alerta David M. Ryfe (2020, p. 356), sacar conclusiones directamente de sus relatos nos puede llevar a retratar a individuos más coherentes y menos contradictorios e impredecibles de lo que realmente son —y el interés de la investigación de la que parte lo que se ha expuesto en estas páginas era justamente indagar en las contradicciones que enfrentan esas personas.

El trabajo sobre los significados es muy relevante, pero es necesario tomar consciencia de los límites que nos imponen nuestros datos:

---

<sup>5</sup> Para profundizar en esta idea es muy interesante el trabajo de Natalia Papí Gálvez (2007a, 2007b) sobre mujeres periodistas de prensa diaria en el País Valencià.

As we now know, declared meanings may have very little to do with the mainsprings of action. Yet, it is often difficult to resist extending investigations of meaning to explanations of action. [...] The claim, therefore, is not that self-reports never reveal anything about motivations for action. Rather, it is that they reveal very little about the primary motivations for most of the practice of news production. (Ryfe, 2020, p. 357)

La explicación de las acciones de las personas entrevistadas requiere tener en cuenta elementos que escapan —conscientemente o no— a su relato. Un trabajo etnográfico más profundo, que pudiera incluir la observación participante o el análisis de los contenidos publicados por esas mismas personas, nos permitiría abordar otras cuestiones más allá de los propios relatos.

Ryfe señala, además, que ni siquiera limitándonos a usar las entrevistas para trabajar sobre significados podemos dejar de ponernos en guardia:

Even when researchers constrain themselves to considerations of meaning, another danger lurks. As Lamont and Swidler (2014) suggest, it is that researchers may portray the subsequent meanings as more coherent than is perhaps the case. Recall that when asked about what an issue, event, process or practice means to them, people will deliver accounts built on the fly from items stored in their working memories. The very nature of the exercise suggests the tenuous nature of the resulting associations. Yet, scholars often take these associations as evidence of more or less stable meanings. (Ryfe, 2020, p. 358)

Justamente ante ese riesgo gana relevancia la mirada antropológica, con su compromiso y profundidad, para evitar sacar conclusiones precipitadas.

Con relación a las etnografías de la producción periodística en un sentido más amplio, ya se ha planteado que permiten una perspectiva única y compleja de la producción de noticias, pero también comportan algunas dificultades. Chris Paterson (2008) destaca por ejemplo las barreras a la hora de conseguir acceso a una redacción para la investigación, el hecho de que es una metodología que requiere mucho tiempo y dedicación, y también el riesgo de sacar conclusiones demasiado rápido a partir de anécdotas. Sin embargo, asegura que la etnografía permite un acceso único a las ideologías y prácticas en la producción cultural, a elementos que son inaccesibles con otros métodos (2008, p. 2). Eso que aquí se pone en relieve para el estudio del periodismo, serviría también para otros ámbitos de la producción cultural, como la publicidad o los programas de entretenimiento.

Finalmente, cabe destacar que en un momento como el actual en que el periodismo es puesto en cuestión desde distintos lugares, poder documentar y explicar la producción periodística puede ayudar a educar la sociedad sobre los medios de comunicación. La respuesta no pasa por defender ciegamente la credibilidad de los medios tradicionales, sino por entender las noticias como una construcción —“neither totally arbitrary (out of whole cloth) nor totally fixed by the nature of what they [newswriters] confront” (Fishman, 1980/1988, p. 14). Esta mirada compleja debería ayudarnos a relacionarnos con los medios de todo tipo de una manera más crítica e informada.

## 6. Referencias bibliográficas

- Bird, S. E. (2010). Introduction: The anthropology of news and journalism: Why now? En S. E. Bird (Ed.), *The anthropology of news & journalism: Global perspectives*. Indiana University Press.
- Block, E. S., & Erskine, L. (2012). Interviewing by Telephone: Specific Considerations, Opportunities, and Challenges. *International Journal of Qualitative Methods*, 11(4), 428-445. <https://doi.org/10.1177/160940691201100409>
- Bourdieu, P. (1999). Comprendre. En H. Pons (Trad.), *La miseria del mundo* (pp. 527-543). Fondo de Cultura Económica. (Obra original publicada en 1993)
- Bourdieu, P. (2010). *Sobre la televisión* (T. Kauf, Trad.). Anagrama. (Obra original publicada en 1996)
- Breed, W. (1955). Social Control in the Newsroom: A Functional Analysis. *Social Forces*, 33(4), 326-335. <https://doi.org/10.2307/2573002>
- Cottle, S. (2007). Ethnography and News Production: New(s) Developments in the Field. *Sociology Compass*, 1(1), 1-16. <https://doi.org/10.1111/j.1751-9020.2007.00002.x>
- Dinham, S. (1994). The use of the telephone interview in educational research: One case study. *Education Research and Perspectives*, 21(2), 17-27. <https://search.informit.org/documentSummary;dn=960504526;res=IELAPA>
- Domingo, D. (2008). When Immediacy Rules: Online Journalism Models in Four Catalan Online Newsrooms. En D. Domingo & C. Paterson (Eds.), *Making Online News: The Ethnography of New Media Production* (pp. 113-125). Peter Lang.
- Fishman, M. (1988). *Manufacturing the news*. University of Texas Press. (Obra original publicada en 1980)
- França, J. (2021). «Nosaltres treballem per la gent»: Responsabilitat i reflexió ètica en els discursos de periodistes durant la pandèmia de la covid-19 [Treball final de màster]. Universitat de Barcelona.
- Gallego Ayala, J. (Ed.). (2002). *La prensa por dentro: Producción informativa y transmisión de estereotipos de género*. Libros de la Frontera.
- Guber, R. (2004). *El salvaje metropolitano: Reconstrucción del conocimiento social en el trabajo de campo*. Paidós. (Obra original publicada en 1991)



- Harcup, T. (2012). Questioning the 'bleeding obvious': What's the point of researching journalism? *Journalism*, 13(1), 21-37.  
<https://doi.org/10.1177/1464884911400843>
- Holt, A. (2010). Using the telephone for narrative interviewing: A research note. *Qualitative Research*, 10(1), 113-121.  
<https://doi.org/10.1177/1468794109348686>
- Hughes, H. M. (1981). *News and the human interest story*. Transaction Books. (Obra original publicada en 1940)
- Ingold, T. (2014). That's enough about ethnography! *HAU: Journal of Ethnographic Theory*, 4(1), 383-395. <https://doi.org/10.14318/hau4.1.021>
- Latour, B. (1992). *Ciencia en acción: Cómo seguir a los científicos e ingenieros a través de la sociedad* (E. Aibar, R. Méndez, & E. Ponisio, Trads.). Labor. (Obra original publicada en 1987)
- Martín Sabarís, R. M. (1999). *La Organización informativa y los procesos de producción de la noticia: La información diaria en Euskal Telebista*. Universidad del País Vaco = Euskal Herriko Unibertsitatea.
- Papí Gálvez, N. (2007a). El significado de profesión y su influencia en la conciliación con la vida familiar. *Comunicación e xénero: actas do Foro Internacional celebrado en Liña e en Pontevedra entre o 9 de outubro e o 25 de novembro de 2006*, 415-424. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2413875>
- Papí Gálvez, N. (2007b). ¿Maternidad y periodismo? La conciliación de la vida familiar y laboral en la prensa diaria valenciana. *Comunicación e xénero: actas do Foro Internacional celebrado en Liña e en Pontevedra entre o 9 de outubro e o 25 de novembro de 2006*, 391-414. <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2413661>
- Park, R. E. (1915). The City: Suggestions for the Investigation of Human Behavior in the City Environment. *American Journal of Sociology*, 20(5), 577-612.  
<https://doi.org/10.1086/212433>
- Paterson, C. (2008). Introduction: Why Ethnography? En D. Domingo & C. Paterson (Eds.), *Making Online News: The Ethnography of New Media Production* (pp. 1-11). Peter Lang.
- Puijk, R. (2008). Ethnographic Media Production Research in a Digital Environment. En D. Domingo & C. Paterson (Eds.), *Making Online News: The Ethnography of New Media Production* (pp. 29-41). Peter Lang.
- Ryfe, D. M. (2020). The role of self-reports in the study of news production: *Journalism*, 21(3), 349-364. <https://doi.org/10.1177/1464884918800076>



- Shoemaker, P. J., & Reese, S. D. (2014). *Mediating the Message in the 21st Century: A Media Sociology Perspective*. Routledge.  
<https://doi.org/10.4324/9780203930434>
- Small, M. L. (2009). «How many cases do I need?»: On science and the logic of case selection in field-based research. *Ethnography*, 10(1), 5-38.  
<https://doi.org/10.1177/1466138108099586>
- Stephens, N. (2007). Collecting data from elites and ultra elites: Telephone and face-to-face interviews with macroeconomists: *Qualitative Research*, 7(2), 203-216.  
<https://doi.org/10.1177/1468794107076020>
- Stonbely, S. (2015). The Social and Intellectual Contexts of the U.S. “Newsroom Studies,” and the Media Sociology of Today. *Journalism Studies*, 16(2), 259-274. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2013.859865>
- Sunderland, P. L. (1999). Fieldwork and the Phone. *Anthropological Quarterly*, 72(3), 105-117. JSTOR. <https://doi.org/10.2307/3317425>
- Taylor, A. (2002). I’ll Call You Back on My Mobile: A critique of the telephone interview with adolescent boys. *Westminster Studies in Education*, 25(1), 19-34.  
<https://doi.org/10.1080/0140672020250103>
- Travancas, I. (2010). Etnografia da produção jornalística – estudos de caso da imprensa brasileira. *Brazilian Journalism Research*, 6(2), Article 2.  
<https://doi.org/10.25200/BJR.v6n2.2010.26>
- Tuchman, G. (1980). *Making news: A study in the construction of reality*. Free Press. (Obra original publicada en 1978)
- White, D. M. (1950). The “Gate Keeper”: A Case Study in the Selection of News. *Journalism Quarterly*, 27(4), 383-390.  
<https://doi.org/10.1177/107769905002700403>
- Zelizer, B. (1993). Journalists as interpretive communities. *Critical Studies in Mass Communication*, 10(3), 219-237. <https://doi.org/10.1080/15295039309366865>
- Zigon, J. (2007). Moral breakdown and the ethical demand: A theoretical framework for an anthropology of moralities. *Anthropological Theory*, 7(2), 131-150.  
<https://doi.org/10.1177/1463499607077295>

**Financiación:** el artículo no recibe financiación.

**Conflicto de intereses:** los autores declaran que no existen.

**Traducción al inglés:** aportada por los autores.

**HOW TO CITE (APA 7ª)**

França, J. (2023). Etnografía de la producción de noticias: entrevistas antropológicas por teléfono en una experiencia pandémica. *Comunicación & Métodos – Communication & Methods*, 5(2), 111-127. <https://doi.org/10.35951/v5i2.197>