

Profesor G.B Dealey de Periodismo y director del Departamento de Periodismo de la Universidad de Texas (Austin, Texas).

COMUNICACIÓN Y SOCIEDAD
Volumen XII • Núm. 2 • 1999 • 47-68

Hacia una comprensión del periodista global. El modelo de investigación de "jerarquía de influencias"

Understanding the Global Journalist: A Hierarchy of Influences Approach

RESUMEN: Los estudios sobre globalización de los medios están suscitando importantes cuestiones sobre las fuerzas que configuran la cobertura periodística, en relación con los rasgos del "periodista global", sus actitudes y su profesión. Para establecer un marco conceptual sistemático con el que examinar estos asuntos, el autor propone un modelo de "jerarquía de influencias". Los cinco niveles de influencia propuestos (individual, de rutinas, organizacional, externo al medio, e ideológico) son explicados e ilustrados utilizando el concepto de profesionalidad. Al colocar a los periodistas en este contexto estructural, de sociología de los medios, se ayuda a identificar conceptos cruciales y asuntos normativos, facilitando el creciente interés de este área en la investigación comparativa entre diferentes países.

ABSTRACT: *Global media trends are increasingly raising important questions about the forces shaping press coverage, especially the "global journalists" themselves, their attitudes and their profession. To establish a systematic conceptual framework for examining these issues, the author proposes a Hierarchy of Influences model. The five levels of influence (individual, routines, organizational, extra-media, and ideological) are explained and illustrated using the concept of professionalism. Placing journalists within such a structural, "media sociological" context, helps identify crucial concepts and normative issues, facilitating the growing interest in comparative, cross-national research in this area.*

1. Introducción

Nuestro estudio de los periodistas y de su profesión busca profundizar en la última fase de su trabajo: la publicación o emisión final de las noticias. Los periodistas constituyen un grupo que merece nuestro interés en la investigación, dado el papel vital que representan en la calidad de la prensa mundial.

Precisamente ahora, con la globalización de los medios a través de las grandes corporaciones, la profesionalidad de los periodistas puede ser fundamental para la conservación de los estándares del periodismo. Aun cuando no siempre se afirme explícitamente, son muchos los autores académicos que comparten el convencimiento de que debería existir un código internacional de la profesión periodística, con los valores básicos compartidos. Los medios globales han atraído a un grupo, también global, de estudiosos de los medios de comunicación. En particular, la Unión Europea ha manifestado recientemente su profundo interés por realizar una investigación comparada sobre los medios que traspase las fronteras de las naciones. Las perspectivas teóricas compartidas permiten a esos especialistas la realización de trabajos de investigación comparada en los que aportan sus propias experiencias sobre estas cuestiones.

Otro de los factores que influyen en el hecho de que los periodistas sea un tema de investigación popular es el incremento del periodismo profesional y de la formación específica en comunicación, firmemente establecida en la actualidad en los Estados Unidos y en otros países. Esto no sólo representa un importante fenómeno para la investigación, sino que también implica que un número cada vez mayor de académicos se han familiarizado con estas materias durante sus estudios universitarios. Es natural, por lo tanto, que quieran saber más sobre cómo son los profesionales del periodismo, para lo que han desarrollado estudios sistemáticos. También es lógico que esos investigadores atribuyan una importancia social al periodismo y quieran elevar su categoría como profesión. El punto de vista transnacional de la profesión ha puesto de manifiesto que la encuesta social constituye una aproximación metodológica natural, que permite a los expertos realizar declaraciones descriptivas sobre la naturaleza de esos periodistas y sobre su adhesión a ciertos principios profesionales. El atractivo del empleo de encuestas reside en su fácil exportación, lo que, por otra parte, implica la tentación de aplicarlas sin prestar suficiente atención a las diferencias de culturas.

En este artículo me ocuparé de las cuestiones que se derivan de este interés creciente por la investigación del periodismo global y propongo un modelo para la orientación de esos estudios. Este modelo de "jerarquía de influencias" propone importantes distinciones entre los niveles de análisis y sitúa al periodista individual en una red de limitaciones organizacionales e ideológicas. Este modelo es especialmente importante para la investigación comparada, ya que ayuda a situar los fenómenos de interés en un contexto estructural. La comprensión del periodismo a través de esos niveles de análisis tiene la virtud de aclarar muchas de las críticas vertidas sobre los comportamien-

tos de la prensa, señalar las afirmaciones normativas y teóricas, y sugerir las formas más apropiadas de pruebas. Finalmente, sugiero observar las prácticas periodísticas a la luz de los códigos normativos. Este enfoque de múltiples perspectivas nos ayudará a comprender la forma en que los diferentes profesionales, sus prácticas y sus sistemas, actúan para conseguir las metas sociales básicas, y nos recuerda que la profesionalidad es un concepto problemático, integrado por muchos valores que se mantienen en tensión, y sobre los que los distintos países toman diferentes posturas.

Las cuestiones que presento en este trabajo pueden describirse ampliamente como una sociología de las redacciones, en la que la forma en que éstas actúan se considera dentro de un contexto social más extenso. De forma más restringida, se tiende a igualar, frecuentemente, la sociología de los medios con los estudios etnográficos de las redacciones que realizan muchos académicos en sociología. Yo prefiero un concepto más amplio, porque pienso que los investigadores de Europa y Sudamérica desean también referirse a un contexto estructural y social más extenso de la práctica periodística. Y aun cuando no existe una definición totalmente adecuada, la sociología de las redacciones indica claramente que tenemos que abordar el contexto estructural del periodismo, yendo más allá del intento, más pobre, de "psicologizar" a los medios a través de las actitudes y valores de sus protagonistas individuales. Con esto quiero también hacer una distinción entre mis temas de interés y los estudios tradicionales de audiencias y de efectos de los medios. En la terminología de la *agenda-setting*, por ejemplo, los investigadores han tenido en cuenta muchas veces el éxito que alcanzan los medios al diseñar la agenda del público; pero desde el punto de vista de la sociología de las redacciones nos interesan más las causas del establecimiento de la agenda de los medios¹. Y tratándose de un concepto de tanta importancia con respecto a la práctica internacional del periodismo, revisaré en primer lugar la noción de profesionalidad en el marco de la sociología de las redacciones, antes de pasar a algunas de las cuestiones surgidas en la investigación comparada de los medios. Presentaré y explicaré entonces el modelo de jerarquía de influencias como forma de enfocar esas cuestiones².

¹ Véase REESE, Stephen, "Setting the media agenda: A power balance perspective", en ANDERSON, J. (Ed.), *Communication Yearbook*, 14, Sage, Beverly Hills, 1991, pp. 309-340.

² En este artículo me referiré a algunos de mis trabajos para ilustrar diversos asuntos que me han llamado la atención cuando abordaba esos temas. Aunque mi labor se ha centrado en los medios de Estados Unidos, tuve la suerte de investigar esas cuestiones en estos últimos años con colegas y estudiantes de diversos países, entre los que se encontraba Finlandia, Alemania,

2. El problemático concepto de profesionalidad³

Antes de estudiar el mejor modo de comprender y comparar la labor de los periodistas, tenemos que considerar cuidadosamente la profesión a la que pertenecen. Nuestra apreciación del periodismo se basa fundamentalmente en su contribución a la sociedad democrática. ¿Es el periodismo realmente una profesión? No se parece, ciertamente, a las profesiones tradicionales que requieren credenciales y licenciaturas, pero tiene otras muchas características que son propias de una profesión. Aspira a representar un importante papel social y se adscribe a códigos éticos de conducta. En ese sentido, el periodismo se beneficia de los que lo ejercen y reclaman su pertenencia a una profesión. En realidad, la idea de profesionalidad es sumamente normativa. Como indica McQuail, evaluamos el comportamiento de los medios según sus valores de libertad, igualdad y orden⁴. Suponemos que los periodistas tienen que disfrutar de un alto grado de libertad y autonomía profesional para realizar su labor, y valoramos su trabajo con arreglo al nivel de imparcialidad u otras características de relevancia social. Desde un punto de vista ético, confiamos en que los periodistas observarán una conducta que no se oponga a lo que de ellos se espera en el orden social. Deseamos que se adhieran a determinados roles y actuaciones de acuerdo con la ética, ya que, según creemos, hacerlo de este modo representa un beneficio para la sociedad. Así pues, un importante objetivo de nuestro análisis reside en identificar las condiciones que o bien alientan, o bien amenazan la conducta profesional y la calidad de la prensa que deseamos.

He afirmado en otro lugar que la profesionalidad es un concepto problemático, que se ha intentado definir frecuentemente vinculándolo a determi-

Hong Kong, Japón, México, Holanda y España. Teniendo en cuenta mis responsabilidades administrativas en la enseñanza del periodismo, me he dedicado especialmente a los asuntos profesionales y muy particularmente a los relacionados con la enseñanza superior. Agradezco especialmente la oportunidad de trabajar con la Universidad de Navarra en Pamplona, España, donde en la primavera de 1999 dirigí un curso de doctorado. Durante el periodo que pasé con los profesores y estudiantes, pude ahondar en alguna de las cuestiones que se tratan en este trabajo.

³ N.T.: El término original utilizado por el autor es "professionalism", cuya primera acepción del diccionario Webster dice: "The conduct, aims, or qualities that characterize or mark a profession or a professional person". La traducción literal –"profesionalismo"–, admitida por la R.A.E., no recoge esa acepción, sino la segunda que menciona el Webster: "The following of a profession (as athletics) for gain or livelihood". Aquí se ha preferido, por tanto, traducir "professionalism" habitualmente por "profesionalidad", término inexistente en inglés.

⁴ Véase MCQUAIL, Denis, *Media performance: Mass communication and the public interest*, Sage, Newbury Park, CA, 1992.

nados intereses. Así, por ejemplo, los medios informativos quieren desempeñar un papel importante en la enseñanza del periodismo, sugiriendo a las universidades que infundan en los estudiantes una mentalidad "profesional". Ante el creciente desprestigio de la profesión periodística ante la sociedad, los medios intentan elevar el nivel mediante diversas fórmulas, entre las que se encuentra la de ejercer influencia sobre las facultades de comunicación. Algunas fundaciones periodísticas de importancia, como el Freedom Forum (fundado con la aportación de la mayor cadena de periódicos de Estados Unidos), han adoptado una posición mucho más activa interviniendo en la contratación de profesores y en las decisiones curriculares. La industria periodística podría preferir contratar a gentes con destrezas básicas, pero la educación universitaria debe buscar unos profesionales comprometidos civilmente, si es que han de contribuir con eficacia a la sociedad democrática⁵. Así pues, la profesionalidad es un terreno en disputa que se renegocia constantemente dependiendo de las variaciones sociales.

Hallin, por ejemplo, estudia cómo el periodismo americano alcanzó un estado de "alto modernismo", caracterizado por su independencia y por una tarea periodística que toma como modelo al corresponsal de la seguridad nacional. Este papel se vino abajo con el colapso del consenso político y el apoyo económico a los medios, dando paso a un rol de análisis interpretativo, aunque bastante técnico⁶. Hallin afirma la necesidad de un nuevo cambio en este rol para pasar de su situación "mediadora" a otra que ayude a una apertura a la esfera pública.

Hasta ahora he venido disertando sobre la profesionalidad dentro de mi propio contexto americano. ¿Hasta qué punto son aplicables estas mismas cuestiones en otras culturas? En los últimos años se ha prestado mayor atención a los principios universales de los derechos humanos. ¿No sería igualmente posible establecer unos principios para la práctica del periodismo aceptables por las diversas naciones del mundo? Se han realizado muchos estudios partiendo de este supuesto. El gobierno de Estados Unidos y algunas iniciativas por parte de los medios han fomentado la adopción de un modelo de prensa "objetivo" en las democracias emergentes de Sudamérica y

⁵ Véase REESE, Stephen, "The progressive potential of journalism education: Recasting the academic vs. Professional debate", *Harvard International Journal of Press/Politics*, otoño 1999; REESE, Stephen y COHEN, Jeremy, "Educating for journalism: The professionalism of scholarship", *Journalism Studies* (en prensa).

⁶ Véase HALLIN, Daniel, "The Passing of the 'High Modernism' of American Journalism", *Journal of Communication*, 42 (3), 1992, pp. 14-25.

Europa del Este. Implícitamente se da por sentado que el estilo del periodismo estadounidense es un modelo natural e inevitable para todos los países. Sin embargo, varias naciones del Tercer Mundo ven en él un intento sutilmente disfrazado de dominación de los productos informativos, una amenaza para los medios indígenas y una perturbación para los planes nacionales por parte de las grandes firmas multinacionales de la comunicación. El final de la Guerra Fría ha dado lugar a un clima más receptivo, a la internacionalización del carácter profesional de la comunicación, lo cual otorga una especial importancia a la forma de control que se adopta.

La libertad es quizá el valor profesional internacional más enérgicamente articulado. El Freedom Forum, entre otros grupos, se ha esforzado en promover la libertad de prensa en todas partes, especialmente en las democracias emergentes. La International Press Association, por ejemplo, ha redactado un principio básico de libertad periodística que fomenta en la comunidad mundial. La Declaración de Chapultepec de 1994 afirma que "ninguna ley ni decreto del gobierno pueden limitar la libertad de expresión o la de prensa cualquiera que sea el medio". La Declaración se basa en la idea de que es necesaria una prensa libre para que las sociedades puedan funcionar como verdaderas democracias. Este énfasis que se pone en la cuestión de las restricciones por parte del gobierno, se traduce muchas veces en una referencia a la posibilidad de las empresas informativas y de sus empleados para desplazarse libremente allá donde quieran, y poder así transmitir información más allá de las fronteras nacionales. Se hace menos hincapié, sin embargo, en la libertad de los periodistas para mantener su autonomía profesional frente a la presión organizacional.

Por lo tanto, hemos de empezar por la cuestión problemática de la profesionalidad en sí. ¿Qué intereses se hallan implicados en el hecho de que una opinión sobre la profesionalidad prevalezca sobre otra? ¿Qué objetivos normativos se persiguen con la práctica de la profesión? ¿Se están alcanzando esas metas? ¿A qué funciones sirve la profesionalidad desde las diferentes perspectivas del sistema mediático? ¿Hasta qué punto las características profesionales afectan a la manera de dar forma a los contenidos de los medios? Es necesario un modelo para resolver esas cuestiones que, además, se magnifican cuando se consideran desde un punto de vista multicultural.

3. La investigación comparada de los periodistas

Tal como se indicó más arriba, los medios globales están siendo objeto de estudio por parte de un grupo de investigadores igualmente global. Los estu-

dios multinacionales y la investigación colectiva son ahora más corrientes, lo que hace aún más importante la existencia de un modelo claro, de encuestas con preguntas bien definidas que oriente estas investigaciones. Los trabajos sobre los periodistas profesionales han venido siendo quizá los que se adaptan más fácilmente al análisis comparado. La metodología de las encuestas permite la utilización del mismo cuestionario en diversas naciones y sus resultados pueden situarse dentro de un marco comparativo. Como Weaver muestra en *The Global Journalist*, las encuestas sobre las actitudes profesionales se han exportado con éxito a muchos países⁷. Por el contrario, se critica en general a la sociología de las redacciones por su empeño en explicar los sistemas específicamente nacionales —casi siempre el estadounidense o el inglés—, es decir, centrándose en un único caso y su contexto. Los estudios sobre la etnografía de las redacciones que han servido de ejemplo para este tipo de investigación se hicieron principalmente en empresas estadounidenses de medios. Podría ser de utilidad un enfoque más comparativo, si se cuestionan las características de esos sistemas: ¿qué es lo común frente a lo idiosincrático? Si la investigación ha de ser comparada, tenemos que tener claro cómo se va a realizar esa comparación. Una breve discusión de las cuestiones que plantea la investigación comparada muestra la importancia del modelo que voy a presentar más adelante⁸.

“Comparada” se refiere a la investigación que se realiza “sobre dos o más sistemas concretos, geográficos e históricos (espacio/tiempo), en la que los fenómenos de interés quedan insertos en un juego de interrelaciones, relativamente coherentes, ordenadas, comprensibles, distintas y limitadas”. En cierto sentido siempre estamos comparando gente y grupos, basándonos en su ubicación en la escala social, lo cual no significa que las comparaciones se encuentran necesariamente en un nivel apropiado, macrosocial y sistemático. La comparación a través de los sistemas arroja resultados distintos a los de la comparación interna y exige importantes distinciones entre los fenómenos de interés y el contexto estructural que los rodea. La comparación, por último, considera la interacción de las teorías sobre la esencia (el fenómeno de auténtico interés), y las teorías sobre la organización de los sistemas (el contexto que los rodea)⁹.

⁷ Véase WEAVER, David (ed.), *The global journalist: News people around the world*, Hampton Press, Cresskill, N.J., 1998.

⁸ Véase BLUMLER, Jay, MCLEOD, Jack, y ROSENGREN, Karl E. (1992), *Comparatively speaking: Communication and culture across space and time*, Sage, Newbury Park, CA, 1992.

⁹ Véase BLUMLER, MCLEOD, y ROSENGREN, *Comparatively speaking*, op. cit.

Así pues, la primera labor de la sociología comparada de las redacciones es definir con claridad el medio en que trabajan los periodistas objeto de interés. En la investigación comparada hay dos clases de preguntas importantes: las preguntas de primer orden en diversos sistemas consisten en "cuánto" y "cuántos", que por definición son menos interesantes porque no son teóricas. En las preguntas de segundo orden, se indaga acerca de qué relaciones son específicas de los sistemas estables en cuanto al tiempo, al espacio y a los niveles. El establecimiento de esas relaciones nos permite empezar a teorizar sobre conexiones causales en vez de hacerlo sobre características transitorias. ¿Qué es entonces lo que se compara en la investigación comparada? Lo más corriente es que sean las cosas más básicamente comparables. Menos disponibles para el investigador serían las estructuras integradas por cosas, los procesos dentro de las estructuras y, por último, las funciones aparentemente distintas de cosas, estructuras y procesos¹⁰.

La investigación comparada de los medios es a menudo equiparada con la supranacional, en la que la nación se convierte en el "sistema definido" y es la base para la organización del análisis. Kohn señala cuatro enfoques principales de la investigación supranacional basados en el papel que la "nación" desempeña en el análisis: como objeto, contexto, unidad de análisis y componente de un sistema más extenso¹¹. Todos ellos pueden relacionarse fácilmente con la investigación de la sociología de las redacciones.

Cuando el objetivo consiste en comprender el sistema nacional en sí como objeto, estrechamente relacionado con su sistema mediático, podemos acudir a análisis como el de Sigal, que compara las prácticas informativas en Estados Unidos y en el Reino Unido¹². Hallin y Mancini proporcionan una comparación análoga entre periodistas norteamericanos e italianos sobre su orientación hacia el Estado¹³. Frecuentemente se considera a la nación como un contexto para algún otro fenómeno de interés, como señalan Weaver y sus colegas ya mencionados, sobre las actitudes profesionales en varios países¹⁴. En este enfoque, el país del periodista adopta una posición secundaria

¹⁰ Véase BLUMLER, MCLEOD y ROSENGREN, *Comparatively speaking*, op. cit.

¹¹ Véase KOHN, Melvin (ed.), *Cross-national research in sociology*, Sage, Newbury Park, CA, 1989.

¹² Véase SIGAL, Leon, *Reporters and officials: The organization and politics of newsmaking*, DC Heath, Lexington, MA, 1973.

¹³ Véase HALLIN, Daniel y MANCINI, Paolo, "Speaking of the president: Political structure and representational form in U.S. and Italian television news", en HALLIN, Daniel, *We keep America on top of the world*, Routledge, Londres.

¹⁴ Véase WEAVER, David, *The global journalist*, op. cit.

de interés respecto a los mismos periodistas y se hace poco hincapié en la explicación del sistema de la prensa nacional y en su contexto histórico y cultural. En realidad, considerar la nación simplemente como contexto da lugar a la descontextualización del trabajo de los periodistas objeto del estudio.

En un examen más amplio de los sistemas de los medios, las naciones pueden convertirse en la unidad de análisis. Las naciones, por ejemplo, pueden estar organizadas en una gradación en función de la libertad de prensa. Finalmente, podemos considerar a las naciones como componentes de un sistema más extenso. Lo cierto es que los medios van a funcionar con frecuencia creciente a través de las fronteras nacionales, creando sistemas que tienen cada vez menos que ver con las culturas específicas de cada nación. Los investigadores han empezado a estudiar la "redacción global", para ver hasta qué punto afectan a la cobertura de otros países las decisiones de las organizaciones informativas supranacionales situadas en ciudades como Londres.

Todo esto indica que, al realizar una encuesta comparada, existe la tentación de apoyarse en la nación como principio organizativo natural. No obstante, tenemos que considerar cuidadosamente cómo vemos a los periodistas y a sus sistemas profesionales en relación con esos contextos nacionales. Si decidimos la comparación a nivel nacional, estaremos asumiendo implícitamente que los países son relativamente homogéneos internamente y que la variación de los fenómenos de interés es mayor fuera que dentro de los países. Ahora bien, las estratificaciones de la conducta profesional pueden variar dentro del propio país, más que a través de los países, y esto sucede a un ritmo creciente conforme crece también la profesionalidad global de los medios. Los resultados de los estudios de Weaver, por ejemplo, indican tantas diferencias como parecidos en las características profesionales de los periodistas. Estas diferencias se encuentran en contraposición con las normas profesionales emergentes, como afirman Splichal y Sparks basándose en sus análisis de los estudiantes de periodismo de varios países¹⁵. Probablemente los periodistas de elite se parecen más unos a otros a través de las naciones, que a muchos de sus compatriotas más cercanos. Posiblemente hay cuestiones más interesantes al considerar cómo esta clase naciente de periodistas "cosmopolitas" comparten conductas comunes y su interpretación del periodismo. A medida que se extiende el comercio transnacional, ejemplificado por firmas como McDonald y Disney, se ha ido creando una monocultura

¹⁵ Véase SPLICHAL, Slavko y SPARKS, Colin, *Journalists for the 21st Century*, Ablex, Norwood, NJ, 1994.

común en la que los productos de los medios se trasladan fácilmente a través de las fronteras nacionales. El periodismo global forma parte de este fenómeno, apoyando cada vez más el entendimiento común de lo que constituye la agenda informativa internacional.

En la investigación comparada hemos de ser cautelosos al dar por supuesto que el significado de los conceptos básicos es evidente por sí mismo y comparable en las distintas culturas. Así, por ejemplo, el significado de profesionalidad ha de entenderse en relación con su contexto cultural específico. Hay otras características y actuaciones de los medios menos problemáticas, pero, en cualquier caso, el intento de especificar el modelo de estructura dentro de un sistema dado es una defensa contra el riesgo de dar prematuramente por supuesto que una cosa significa lo mismo en una cultura que en otra. En realidad, la cuestión de más interés no consiste posiblemente en la forma de comparar hasta qué punto los periodistas de un país son más profesionales que otros, sino en cómo la profesionalidad significa una cosa diferente según las distintas culturas, o cómo se utilizan las diferentes prácticas periodísticas para conseguir los mismos objetivos normativos. Al plantear estas cuestiones, conviene identificar las perspectivas disponibles, en vista de lo cual paso a describir un modelo que proporciona esa orientación.

4. Modelo de jerarquía de influencias

Me ha parecido conveniente considerar que las fuerzas que moldean los mensajes de los medios constituyen una "jerarquía de influencias", un modelo que sirve de base para el libro *Mediating the Message: Theories of Influences on Mass Media Content*¹⁶. En esta obra, organizada por mi colega Pamela Shoemaker, se establece un marco teórico para analizar los medios sobre la base de niveles de análisis que clasifican las influencias operando por separado o conjuntamente. Dicho en pocas palabras, esos niveles van desde lo más micro a lo más macro: individuales, de rutinas, organizacionales, externos al medio, e ideológicos; y se considera que cada nivel sucesivo subsume al anterior o anteriores. Este modelo ayuda a organizar significativamente un vasto conjunto de investigación ecléctica, al considerar el nivel o perspectiva que cada explicación busca preferentemente.

¹⁶ SHOEMAKER, Pamela y REESE, Stephen, *Mediating the message: Theories of influences on mass media content* (2^a ed.), Longman, White Plains, NY, 1996.

El aspecto jerárquico dirige nuestra atención hacia la idea de que esas fuerzas actúan simultáneamente en diferentes niveles, en cualquier tipo de contenido de los medios. Y aun cuando resulta tentador situar la explicación en una única causa (según cuál sea la inclinación política de cada cual), la realidad enseña que, en una red de fuerzas interconectadas, nuestras opciones de análisis son una cuestión de énfasis. Así pues, desde un punto de vista teórico, tenemos que preguntarnos cuál es la explicación acertada en la interpretación de los fenómenos de los medios. Empíricamente, este modelo jerárquico indica que la tarea del investigador consiste en determinar las condiciones en las que ciertos factores son muy determinantes y en explicar cómo interactúan entre ellos. Lo cual nos recuerda que lo que se muestre para apoyar las proposiciones empíricas debe adecuarse al nivel de análisis del que se trate. Las inferencias deben realizarse con cuidado cuando se efectúan a un nivel de abstracción más bajo o más alto que el nivel de medida.

4.1. *Nivel individual*

En el nivel individual consideramos influyentes las actitudes, la preparación y los antecedentes del periodista (o, en general, de los que trabajan en los medios). Conceptualmente colocaríamos aquí los numerosos estudios realizados en un intento por describir las características individuales de este grupo, que es, probablemente, la forma más corriente de realizar investigaciones sobre cuestiones profesionales. En otro tiempo se sabía muy poco sobre los periodistas en comparación con otros profesionales. Este estudio sistemático está continuamente obstaculizado por la tendencia de los periodistas de Estados Unidos a fomentar una imagen mítica de su papel en la sociedad, mientras, paradójicamente, el concepto de objetividad que suele acompañar ese mito implica que el modo de ser de esos mismos periodistas no tendría que influir en el producto de su trabajo. La consideración de ese producto como una construcción, análoga a la de cualquier organización compleja, era la antítesis del objetivo tan proclamado por los medios de reflejar la realidad y decir la verdad. Desde un punto de vista opuesto, basado en la política, han sido abundantes los esfuerzos desplegados por los conservadores y sus seguidores en el terreno político de los Estados Unidos para establecer la inclinación (liberal) del periodista americano. Para esos grupos, la tendencia de los periodistas a favorecer a los candidatos demócratas por encima de los republicanos es suficiente para explicar lo que en su opinión es un sesgo izquierdista en la información. Los críticos de la izquierda, sin embar-

go, atribuyen más bien esa inclinación a otros factores, y especialmente al poder de los propietarios de los medios. La realidad es que el nivel individual proporciona un panorama atractivo, tanto para el público como para los propios periodistas. Los consumidores de la información preferirían ver un rostro humano opinando sobre el poder de los medios, mientras que el género biográfico de los periodistas no tiene más remedio que atribuir a ellos mismos la influencia necesaria para crear un adecuado asunto literario.

Fue Rosten, probablemente, el primero que describió a los periodistas en su trabajo sobre los corresponsales de Washington,¹⁷ pero hasta los años setenta no empezaron los sociólogos a aplicar sus ideas organizacionales a este grupo en la misma forma que a los demás profesionales. Se cita frecuentemente a Johnstone y a sus colegas como los autores de un primer esfuerzo importante por describir a los periodistas estadounidenses en su conjunto¹⁸. Desde entonces, el trabajo de Weaver y Wilhoit ha inspirado en todo el mundo muchos otros estudios en los que se examina empíricamente a los profesionales del periodismo¹⁹. La investigación realizada en esos países ha dado lugar a la presentación de ponencias y comunicaciones en diversos congresos internacionales y a la edición de la obra ya citada de reciente publicación, *The Global Journalist*²⁰. Estas encuestas realizadas a gran escala han proporcionado una valiosa descripción empírica. Sirven de contrapeso a los estudios que generalizan sobre los periodistas basándose en unos cuantos casos nada representativos.

En el nivel individual puede observarse que la elección de la muestra de población es de especial importancia. Los críticos de los medios conservadores de Estados Unidos, por ejemplo, enfocan el tema sobre los miembros de los llamados medios de "elite" que se concentran en los grandes centros urbanos del nordeste, Nueva York y Washington. Lichter, Rothman y Lichter, por ejemplo, afirman que los periodistas suelen votar a los Demócratas, para expresar sus opiniones políticas de centro-izquierda, y que son menos religiosos que el público considerado en su conjunto²¹. Su muestra, por supues-

¹⁷ Véase ROSTEN, Leo, *Washington correspondents*, Harcourt Brace, Nueva York, 1937.

¹⁸ Véase JOHNSTONE, J.W., y BOWMAN, W.W., "The professional values of American newsmen", *Public Opinion Quarterly*, 36, 1972, pp. 522-540.

¹⁹ Véase WEAVER, David y WILHOIT, G. Cleveland, *The American journalist: A portrait of U.S. news people and their work* (2^a ed.), Indiana University Press, Bloomington 1991.

²⁰ Véase WEAVER, David, *The global journalist*, op. cit.

²¹ Véase LICHTER, S., ROTHMAN, S., y LICHTER, L.S., *The media elite*, Adler, Bethesda, MD, 1986.

to, no estaba tomada, como decían, de entre los periodistas de elite, sino de entre los que trabajaban en medios de elite (cuya definición incluye a medios como *The New York Times*, *Newsweek* y las cadenas de televisión más importantes). Esta muestra, obviamente urbana y del nordeste, revela importantes diferencias con el conjunto de la nación. En otras encuestas realizadas con bases más académicas, como las realizadas por Weaver, se examinan las opiniones personales de una población más amplia y de ellas se desprende que los periodistas americanos de todo el país se parecen mucho más al público que lo que indica el trabajo de Lichter.

Como se ha visto anteriormente, este nivel permite la fácil comparación de los periodistas con el público en general y de ella se obtiene la conclusión, nada sorprendente, de que entre ambos existen diferencias notables. En apoyo de estas comparaciones se encuentra con frecuencia la suposición implícita de que los periodistas deberían representar a la sociedad reflejando las opiniones del público. No existe ninguna otra profesión a la que pueda aplicarse tan estrictamente esta norma valorativa que, aun cuando se cumpliera, dejaría todavía sin cubrir otros factores importantes que afectan a la calidad de los medios. Y aunque este tipo de estudios pueda criticarse por excesivamente descriptivo y en gran parte escasamente teórico, podemos observar la existencia de una teoría implícita que subyace en toda la investigación descrita. En cualquier caso, política o académica, el poder de dar forma a la información se encuentra en manos de cada periodista. Como Weaver reconoce, los estudios de los periodistas atribuyen una gran importancia a las características del individuo en la manipulación de las noticias. Incluso así, esos factores individuales no suelen estar vinculados a resultados específicos.

Aun cuando la selección de la población tiene que valorarse de acuerdo con lo que pide el sondeo, el sistema de encuesta de probabilidades tiene sus fallos. En este tipo de estudios se considera que los periodistas no tienen diferencias en lo que se refiere al puesto que ocupan en la organización, y se rebaja la influencia de los periodistas de elite. La calidad de "grupo" de este enfoque significa que se atribuye mayor influencia a las características profesionales que al poder de cada individuo dentro del grupo.

4.2. *El nivel de las rutinas*

El individuo, sin embargo, no trabaja en solitario, ni lo hace de acuerdo con unas normas inventadas por él mismo. En el análisis del nivel de rutinas

se consideran las influencias restrictivas del trabajo. Las rutinas son prácticas ya establecidas que funcionan para organizar la manera en que percibimos y funcionamos en el entorno social. Nos ocupamos aquí, por lo tanto, de esas normas, reglas y procedimientos vigentes, estructurados y profundamente enraizados en la labor de los medios²². Reconocemos que los individuos no disfrutan de una libertad completa para actuar de acuerdo con sus ideas personales, sino que tienen que hacerlo dentro de una gran cantidad de limitaciones impuestas por la tecnología, la hora, el espacio y las normas. Vemos con frecuencia esas rutinas desde un ángulo negativo, como imposiciones sobre el individuo, pero también pueden considerarse como factores inevitables en cualquier actividad humana. La creatividad se ejerce a través de una estructura que puede alcanzarse mediante esas rutinas que, según la noción de "estructuración" de Giddens puede considerarse lo mismo restrictiva que permisiva.

Frecuentemente, el análisis que adopta esta perspectiva encuentra valioso el método etnográfico porque permite la observación del impacto a lo largo del tiempo y en su ámbito natural. Damos por hecho que muchas veces los periodistas ignoran hasta qué punto sus actitudes están "rutinariamente" estructuradas y no podrían honestamente darse cuenta de eso. En realidad, tenemos por cierto que gran parte de lo que los periodistas dan como razones de su comportamiento son en realidad justificaciones de lo que se han visto obligados a hacer por la imposición de unas fuerzas situadas fuera de su control. Y dado que la observación de campo permite que esas prácticas se observen a lo largo del tiempo, se ajusta muy bien a nuestra preocupación con lo habitual y lo estructurado, más que con lo momentáneo o esporádico. Las rutinas que más interesan se refieren a los periodistas de a pie. Porque mientras todo el mundo se enfrenta con las rutinas de su trabajo (editores, propietarios, etc.), las rutinas de los redactores son quizá las más visibles, las más abiertas al acceso y la atención de los investigadores. La estructuración de la rutina en la labor de obtención de noticias nos da también claves importantes sobre la forma que los medios han elegido para desplegar sus recursos, y nos dice también algo sobre el resto de la estructura de los medios.

4.3. Nivel organizacional

En el nivel organizacional podemos contemplar los objetivos y políticas

²² Véase, por ejemplo, REESE, Stephen, y BUCKALEW, Bob, "The militarism of local television: The routine framing of the Persian Gulf War", *Critical studies in mass communication*, 12, 1995, pp. 40-59.

de una estructura social más extensa, así como la forma en que se ejerce el poder dentro de ella. Si bien las rutinas son el ambiente más inmediato dentro del cual funciona el periodista, el nivel organizacional considera las necesidades que dan lugar a esas rutinas y la manera en que los individuos se ven obligados a relacionarse con otros en el seno de una estructura formal más extensa. Las preguntas más importantes en este nivel se obtienen en un mapa organizacional en el que figuran las funciones claves y las personas que las realizan, además del modo en que se relacionan esas funciones. El mapa revela, además, que la organización debe tener los medios para legitimar la autoridad de su jerarquía y dirige nuestra atención hacia los principales objetivos de la organización (económicos, más que periodísticos), hacia la forma en que ésta está estructurada para conseguir sus fines y la manera que tiene de imponer su política.

La investigación de las redacciones contiene a veces elementos de las rutinas y de la perspectiva organizacional, claramente relacionadas. Este macronivel, sin embargo, nos recuerda que la información es un producto organizacional, producido por entidades económicas cada vez más complejas, que buscan siempre el mayor alcance posible en el sentido de conectar su propiedad con industrias distintas a las de los medios. Y aunque los periodistas han tenido desde hace mucho tiempo la necesidad de considerar que el carácter de negocio de su medio influye en su trabajo, esas preocupaciones van ahora mucho más allá de su organización. Si se tiene en cuenta que las empresas informativas forman parte de grandes corporaciones globales, suele ser difícil anticipar los muchos conflictos de interés que pueden surgir, y los periodistas encuentran dificultades para no dar informaciones relacionadas con uno o varios aspectos de los intereses del grupo.

El nivel organizacional presenta dificultades diferentes para el análisis con respecto a las que tienen los dos niveles anteriores. No es de fácil observación, ya que sus formas de funcionar no están indicadas claramente en los documentos accesibles. En su observación clásica del control social de las redacciones, Breed pone de relieve que el poder no suele expresarse abiertamente en el producto informativo porque se violaría la noción de objetividad; la noticia es algo "que está ahí" esperando a que la descubran. Imponer una política sobre lo que ha de ser la información estaría en contra de este principio²³. En este nivel, la forma en que se adoptan decisiones atrae nues-

²³ Véase BREED, Warren, "Social control in the newsroom," *Social forces*, 33, 1955, pp. 326-335.

tra curiosidad. Por definición, nos interesa el poder que se ejerce directamente, implícitamente, y no abiertamente, y por lo tanto, difícilmente accesible a la observación directa. La realidad es que el periodista prevé las restricciones de la organización y, como consecuencia se autocensura. Así pues, los periodistas pueden declarar con verdad que nadie les ha dicho que supriman un tema. Esa autovigilancia es más eficaz, sin embargo, que la censura directa, porque los de fuera ni siquiera se enteran de que ha sucedido algo. De ahí que el analista tenga que esforzarse en conocer plenamente la estructura organizacional y sus mecanismos de control con el fin de apreciar con exactitud cómo se moldea la información.

4.4. Nivel externo al medio

En el nivel externo al medio estudiamos las influencias procedentes de fuera de la organización informativa. Desde esta perspectiva, se considera que el poder de dar forma a los contenidos no procede únicamente de los medios, sino que está compartido por una serie de instituciones de la sociedad, es decir, el gobierno, los anunciantes, las relaciones públicas, las fuentes de información, los grupos de presión, e incluso otras organizaciones mediáticas. Este último factor puede verse en forma de presiones de competencia en el mercado. Desde un punto de vista crítico, el nivel externo al medio dirige nuestra atención hacia la forma en que los medios se subordinan a los intereses elitistas de un sistema más extenso. Y mientras cada periodista trata de evitar cuidadosamente los conflictos de intereses que puedan sesgar sus informaciones guardando una distancia profesional con su tema, sus jefes pueden estar íntimamente unidos a los intereses de organizaciones más importantes mediante la combinación de sus consejos de administración u otras formas de conexión.

Así pues, damos por cierto que a este nivel los medios funcionan relacionados estructuralmente con otras instituciones cuya función es influir en el contenido de los medios. También asumimos que esas relaciones pueden ser coercitivas, aunque con mayor frecuencia son voluntarias y de común acuerdo. Las preocupaciones normativas se dirigen, a este nivel, hacia la autonomía de la prensa, teniendo en cuenta que para los medios no es nada bueno depender tanto de otras instituciones sociales. Conceptualmente, este nivel comprende una gran variedad de influencias sobre los medios, pero a nosotros nos interesan especialmente las formas sistemáticas, diseñadas y continuadas en que los medios se conectan con esa sociedad que les acoge.

Podemos ver aquí que el punto de vista del investigador supone una diferencia importante. La observación desde el interior de la organización informativa puede llevar a la conclusión (como le ocurre a Gans²⁴, por ejemplo) de que las fuentes informativas y las relaciones públicas vinculadas con ellas ejercen una gran influencia sobre la agenda informativa; un análisis similar desde el punto de vista de las organizaciones de relaciones públicas puede indicar que la mayoría de sus esfuerzos no obtienen un éxito inmediato. El juicio sobre el resultado depende de los factores profesionales (relaciones públicas o periodístico) que se están valorando.

4.5. Nivel ideológico

Puede pensarse que cada uno de los anteriores niveles se superpone al anterior, lo cual indica que el último nivel tendría una perspectiva ideológica. Los diversos enfoques y teorías sobre los estudios de los medios que podríamos calificar de "ideológicos" son difíciles de resumir. Aquí nos ocuparemos al menos de la forma en que el contenido simbólico de los medios se encuentra conectado con intereses sociales más amplios; en cómo se construye un sentido al servicio del poder. Esto nos lleva necesariamente a considerar cómo cada uno de los anteriores niveles funciona con el fin de llegar a un resultado ideológicamente coherente. A este respecto, desde un punto de vista crítico podríamos considerar que la contratación de periodistas, sus actitudes, sus rutinas, su política organizacional y las posturas de esas organizaciones en una estructura social más grande, actúan para apoyar su *status quo*, reducir la amplitud del discurso social y convertir los medios en agencias de control de la sociedad.

Quizá no sea necesario que adoptemos una posición crítica para considerar a los medios como instituciones ideológicas, pero por lo general, éste es el caso. El análisis ideológico lleva aparejadas diversas afirmaciones sobre el poder y la forma en que se encuentra distribuido en la sociedad. En la tradición pluralista liberal, se estima que este poder se extiende alrededor, de manera que se mantiene un equilibrio. Si se favorece a las elites, éstas circularán con una actividad suficiente como para minimizar cualquier preocupación por la concentración de poder²⁵. Un punto de vista crítico se preocupa

²⁴ Véase GANS, Herbert, *Deciding what's news*, Random House, 1979.

²⁵ Véase REESE, Stephen, "Setting the media agenda: A power balance perspective", op. cit.

probablemente más por la forma en que el funcionamiento natural del sistema de medios ejerce el poder, creando un proceso de hegemonía que podría definirse como “el mecanismo sistemático (pero no necesariamente ni incluso habitualmente deliberado) del consentimiento masivo al orden establecido”²⁶. En este nivel nos preguntamos cómo se hace para que parezca natural un sistema de sentidos e interpretaciones de sentido común, a través de la relación estructurada de los medios con la sociedad.

5. Jerarquía de influencias y profesionalidad

Una vez reseñados los cinco niveles de este modelo, podría ser útil volver brevemente al concepto de profesionalidad y considerar algunas de las cuestiones que plantean estas distintas perspectivas. Aquí las cuestiones de interés pueden convertirse en asuntos definitorios cuando nos preguntamos cuáles son las distintas funciones que ejerce la profesionalidad en cada nivel. El modelo jerárquico identifica también una serie de factores causales que pueden estar más ligados explícitamente a la profesionalidad y, sobre todo, a la forma del trabajo profesional.

La idea de profesionalidad, por ejemplo, puede considerarse como un valor de nivel individual al que se adhieren los periodistas, y una llamada a la ocupación a la que pertenecen. Los códigos de ética constituyen la orientación fundamental de los que a sí mismos se llaman “profesionales”. Cada uno de ellos valora su profesión hasta el extremo de ver en ella una defensa contra las intromisiones no deseadas y un deseo compartido de alcanzar objetivos beneficiosos para la sociedad. En vista de eso, podríamos preguntar: ¿hasta qué punto la expresión de los roles profesionales tienen un significado para el individuo y le ayuda a resistir otras presiones?

Por otra parte, si se tiene en cuenta que lleva en sí una serie de procedimientos sobre la forma de redactar una información, la profesionalidad puede verse desde una perspectiva de rutina. El “ritual estratégico” de trabajo de Tuchman indica que se puede dar la consideración de profesionales a los periodistas en tanto en cuanto se ajustan a las actividades aceptadas, cumplen con las horas de cierre y completan su trabajo. Y si se tiene en cuenta que la objetividad es un valor profesional fundamental, la autora muestra

²⁶ GITLIN, Todd, *Whole world is watching*, University of California Press, Berkeley, 1980, p. 253.

cómo ese valor puede cumplimentarse rutinariamente atribuyendo las opiniones a las fuentes, citando con exactitud, y en general, ejerciendo correctamente sus funciones²⁷. El cumplimiento de sus deberes le defiende de las críticas del público y de los colegas.

En lo referido al nivel organizacional, podríamos preguntarnos cómo la profesionalidad supone una serie de valores negociados que han de solucionarse para satisfacer las necesidades de la organización. La propiedad comercial y las inclinaciones personales amenazan menos la credibilidad gracias a la invocación de profesionalidad, en lo que Hallin denomina "alto modernismo" plenamente racionalizado del periodismo americano²⁸. A medida que disminuye el número de periodistas políticos de Estados Unidos que se auto-seleccionan dentro de la profesión y conforme los propietarios se hacen menos partidistas y más corporativos, las disensiones internas sobre lo que la profesionalidad requiere se han hecho menos directas. Al llegar aquí podríamos hacer preguntas de este tipo: ¿Qué cambios organizacionales han influido en la valoración de las diferentes normas profesionales? ¿Cómo se entiende la profesionalidad dentro de una organización para satisfacer las necesidades de propietarios y periodistas? ¿Hasta qué punto los objetivos de la organización se encuentran en armonía con las normas profesionales de los periodistas individualmente considerados? ¿En qué medida afecta la creciente complejidad de las organizaciones mediáticas a la definición de profesionalidad?

Weaver y Wilhoit han propuesto tres importantes roles que podrían servir para definir a periodistas: de oposición (o adversario), interpretativos y difusores²⁹. Muchos de los cambios que se observan en esos roles pueden entenderse en relación con los cambios organizacionales. El papel de difusor parece ser el que más se encuentra en alza y el más consecuente con la naturaleza actual del periodismo corporativo. El descubrimiento de que los periodistas conceden ahora menos importancia al análisis, al reto a la autoridad del gobierno y al periodismo de investigación, está en consonancia con el mayor énfasis que los principales medios informativos ponen sobre el periodismo de entretenimiento y de celebridades. El hallazgo de que los periodis-

²⁷ Véase TUCHMAN, Gaye, *Making news: A study in the construction of reality*, Free Press, Nueva York, 1978.

²⁸ Véase HALLIN, Daniel, "The Passing of the 'High Modernism' of American Journalism", op. cit.

²⁹ Véase WEAVER, David y WEILHOIT, G. Cleveland, *The American journalist*, op. cit.

tas otorgan cada vez mayor importancia a hacer llegar la información al público cuanto antes, no puede sorprender, dado el carácter neutro de ese valor profesional. La actualidad es una característica de la información que trasciende cualquier enfoque cultural y conviene a la naturaleza global de la obtención de noticias, con su énfasis en la rapidez y en la comprensión de la información comúnmente aceptada. Pero la redacción global ha dado profesionalmente un paso atrás al colocar la inmediatez como valor ascendente en comparación con otras funciones más interpretativas o de oposición.

El nivel externo a los medios nos recuerda que la profesionalidad funciona en muchos niveles. La independencia del periodista puede eclipsarse por las estrechas relaciones de los propietarios con otras instituciones, a través de las redes de elite, la pertenencia común a distintos consejos de administración, etc. A medida que las empresas de medios se fusionan con otros grupos, incluso no de comunicación, la invocación de alguna rasgo de profesionalidad sirve para proteger su peculiar reclamación a la protección de la sociedad. Hasta cierto punto, tengo en la mente este nivel cuando pienso en cómo los medios en general —de forma análoga a otros sectores empresariales— buscan, valiéndose de la filantropía, las subvenciones y otros vínculos institucionales, que las universidades definan y alienten el hecho de ser “profesional” para servir mejor a las necesidades de la industria y de los sectores privados³⁰. Ahora podríamos preguntar qué aspectos de la profesionalidad invoca la audiencia y los grupos de interés para criticar a la prensa. Tendríamos que cuestionarnos también si esos aspectos profesionales tienen sentido aisladamente considerados o si los periodistas se colocan siempre en relación con otras instituciones sociales determinadas. Blumler y Gurevitch, por ejemplo, se preguntan si los periodistas adoptan una actitud “sacerdotal” hacia las autoridades públicas en contraposición con una postura más pragmática. La primera perspectiva tendría más probabilidades de aceptar el derecho de la institución a hablar por sí misma³¹.

Desde una perspectiva ideológica crítica, puede verse que la profesionalidad de los periodistas les lleva a veces a aceptar la crítica conservadora de su labor, que culpa a sus inclinaciones de los fallos en la cobertura de noticias. Aunque posiblemente no les guste que se les critique, sería para ellos inaceptable profesionalmente las críticas provenientes de la izquierda que les

³⁰ Véase REESE, Stephen, “The progressive potential of journalism education...”, op. cit.

³¹ Véase BLUMLER, J., y GUREVITCH, M., *The crisis of public communication*, Routledge, London, 1995.

considera subordinados al poder y con escasa autonomía individual³². Por lo tanto, el resultado ideológico previsible es que hay más energía en contestar las críticas de la derecha que las de la izquierda, un proceso que Herman y Chomsky califican de "extraño"³³. A este nivel, podemos preguntar, por ejemplo, cómo se utilizan los principios de profesionalidad para justificar los comportamientos de los propietarios de los medios.

6. Conclusión

Mi objetivo en este artículo ha sido plantear algunas cuestiones importantes para la investigación mediante encuestas sobre el periodismo y los profesionales que lo practican, desde la perspectiva de la sociología de los medios. El marco de la jerarquía de influencias se presenta, no como una completa explicación teórica, sino como un modelo que ayuda a resolver los conceptos fundamentales y a identificar las relaciones que pueden darse en las preguntas de la investigación. He sugerido varias preguntas para presentar la forma en que esos niveles de análisis conducen a la realización de diferentes clases de investigación. Naturalmente, este trabajo conceptual es, en cierto modo, la parte más fácil si se tiene en cuenta el tiempo y los recursos que requiere una investigación empírica a gran escala. Por otra parte, vale la pena el tiempo y el esfuerzo invertido en asegurar la precisión teórica y evitar el esfuerzo derrochado por irrumpir prematuramente en el proceso de recogida de datos.

La investigación mediante encuestas de los profesionales de los medios representa un acontecimiento positivo para muchos especialistas de todo el mundo. El gran interés en los estudios multinacionales de los periodistas, ya mencionado, indica que vamos a ver un incremento constante de este estilo de investigación. Las grandes facilidades que se ofrecen para la investigación de varios países tiene potencialmente la oportunidad de profundizar en el periodismo global, especialmente teniendo en cuenta si se compara la sociología de los medios de Estados Unidos y Gran Bretaña con la experiencia y evidencias de otros sistemas. Este enfoque comparativo debería resaltar tam-

³² Véase, por ejemplo, REESE, Stephen, "The news paradigm and ideology of objectivity: A socialist at the Wall Street Journal", *Critical Studies in Mass Communication*, vol. 7, nº 4, 1990.

³³ HERMAN, Edward y CHOMSKY, Noam, *Manufacturing consent: The political economy of the mass media*, Pantheon, Nueva York, 1988. El término original es "flakking".

bién de forma muy valiosa los aspectos normativos del funcionamiento de la prensa, que están a menudo implícitamente contenidos en la investigación. De manera especial en el etnocentrismo de la investigación de Estados Unidos, existe una fuerte tendencia a dar esos valores por sentado.

Son pocos los debates sobre informaciones internacionales que puedan evitar la referencia a la economía de las grandes corporaciones multinacionales que han venido trabajando para hacer una creciente concentración del poder en manos de un número cada vez menor de organizaciones. El estudio de los periodistas profesionales no puede realizarse sin reconocer que esto es así, y la realidad es que una auténtica profesionalidad (lo contrario de la elaborada por los que dirigen la imagen de los medios) puede constituir uno de los contrapesos más importantes para el economicismo del periodismo global. La unión de los periodistas en apoyo de objetivos democráticos puede ser un movimiento eficaz, digno de nuestra atención y seguimiento. En último término, si lo que queremos es acoplar las características profesionales a la labor profesional, habrá que relacionar los factores de la "jerarquía de influencias" con el análisis de los contenidos. Esto significaría tener en cuenta los diversos factores de la agenda de prensa (la importancia que otorga a diversos temas y cuestiones) como también en qué marco se han colocado los temas (cómo está organizada la vida social, visual y verbalmente)³⁴.

En la medida en que empecemos a vincular esos factores individuales y estructurales al contenido de los medios, este examen del trabajo producido por los profesionales será también altamente normativo. Necesitamos comprender mejor lo que puede tenerse como representativo de la "calidad" periodística en esos marcos y agendas. También necesitamos ocuparnos de lo que se informa parcialmente o se suprime totalmente, al margen del contenido de que está disponible para su medición. Finalmente, desde una perspectiva supranacional, cada país puede considerarse un laboratorio diferente para el estudio de la actuación de la prensa, en la medida en que evaluamos las condiciones que contribuyen a realzar la autonomía profesional y el buen periodismo. Las definiciones y las preguntas claras, y un marco sistemático para la investigación comparada, harán que la investigación en este campo sea acumulativa y contribuya a una mejor comprensión y a una buena política social.

³⁴ Véase REESE, Stephen, GANDY, Oscar y GRANT, August (eds.), *Framing in the new media landscape*, Erlbaum, Hillsdale, NJ (en prensa).