

## 13. TEORÍA PERSPECTIVÍSTICA SOBRE LA ORGANIZACIÓN INFORMATIVA

Felicísimo VALBUENA DE LA FUENTE  
Catedrático  
Facultad de Ciencias de la Información  
Universidad Complutense  
MADRID

Herbert GANS ya era un investigador prestigioso desde finales de los años cincuenta <sup>1</sup>. En plena madurez, se atrevió a cuadruplicar el esfuerzo de EPSTEIN. Si éste había estudiado la Redacción de Informativos de la NBC, GANS investigó las de la *NBC*, *CBS* y las revistas *Time* y *Newsweek*. El resultado fue un libro que, según un estudio de comienzos de los noventa, está entre los diez más citados por los investigadores <sup>2</sup>.

### 1. TÉRMINOS: TRANSMISIÓN E INFORMACIÓN PERIODÍSTICA

La *transmisión* es un concepto de gran riqueza semántica, porque en él debemos agrupar diferentes tipos:

- transmisión de información de las fuentes a los periodistas.
- transmisión de información de los periodistas a las audiencias.
- transmisión de información de las audiencias a los periodistas.
- transmisión de información de los periodistas a las fuentes <sup>3</sup>.

Podríamos pensar que un término más adecuado para estudiar gnoseológicamente la teoría de GANS sería el de proceso, pero inmediatamente advertimos que éste es un término que engloba a los dos que acabo de mencionar. Efectivamente, la transformación de una información en periodística es un proceso, en el que intervienen muchos factores. Y en la búsqueda de estos factores nos perderíamos, a mi entender, si no partiésemos de los términos citados. Igual ocurriría si comenzásemos con «fuentes», «periodistas» y «audiencias» como términos últimos de la teoría de GANS.

Si comenzamos con la *transmisión*, vemos que es un término que forma parte de varias clases. Vemos, también, que en el «progressus» se puede agrupar en sujetos diferentes. Por lo tanto, permite establecer una serie de relaciones con los diversos elementos humanos y no humanos, que intervienen en el proceso circular de la información periodística. El mismo GANS nos señala la utilidad científica de este término, pues en su estudio adquiere unos perfiles inconfundibles cuando se refiere a cada uno de los elementos a que acabo de referirme. No es lo mismo transmitir información de las fuentes a los periodistas - pues todavía no es

---

<sup>1</sup> GANS, Herbert J.: «The Creator-Audience Relationship in the Mass Media». En ROSENBERG, B. y D. M. WHITE (Compiladores): *Mass Culture: The Popular Arts in America*. Glencoe, Ill., The Free Press, 1957.

<sup>2</sup> GANS (1979); MILLER, Kurt M. y Oscar GANDY: «Paradigmatic Drift: A Bibliographic Review of the Spread of Economic Analysis in the Literature of Communication». *Journalism Quarterly*, Invierno 1991, P. 663.

<sup>3</sup> GANS, H. J.: O. c. Capítulos 4 y 7.

información periodística- que transmitirla de los periodistas a las audiencias, que es formal y materialmente periodística. Las operaciones que los periodistas llevan a cabo en cada caso son diferentes, porque también lo son las relaciones entre los periodistas y las fuentes y los periodistas y las audiencias.

El otro término de la teoría de GANS es la *información periodística*, que también forma clases: no es lo mismo una noticia que un comentario o un reportaje. Géneros y estilos periodísticos convienen en ser, antes de todo, información periodística.

Para GANS, la organización periodística está dividida informalmente en *periodistas* (principalmente, reporteros) que juzgan la historia desde la perspectiva de las fuentes y en *productores y directores*, que la miran desde el punto de vista de la audiencia. La forma final de la historia es frecuentemente un compromiso, pero habitualmente está más orientada hacia la audiencia <sup>4</sup>.

## 2. RELACIONES DE LUCHA CRÍTICA: DISPONIBILIDAD Y ADECUACIÓN

GANS ofrece una imagen global de las relaciones entre fuentes, periodistas y audiencias; además, expresa cómo pueden expresarse científicamente esas relaciones.

La imagen del proceso global de las relaciones entre fuentes, periodistas y audiencias «se parece más a una lucha crítica entre estos bandos que a un organismo funcionalmente interrelacionado <sup>5</sup>». Comprendemos la imagen, pero necesitamos descomponerla en sus elementos y revelar un carácter científico que, desde luego, y presentada así, no tiene.

Transmitir la información de las fuentes a los periodistas constituye una *relación de disponibilidad* <sup>6</sup>. ¿Qué significa ésta?. Que las fuentes están disputando para que la información de que disponen, llegue a los periodistas. Pero inmediatamente constata GANS que unas personas poseen mucha más información que otras, es decir, que la información es un concepto combinatorio. Ha detallado mucho más que otros autores:

- la estrecha relación existente entre la información periodística y la estructura social fuera de la Redacción; y
- la relación existente entre la información periodística y la estructura económica organizativa que rodea a la información periodística tanto dentro como fuera de la organización.

Así enlaza GANS con las perspectivas de otros autores, pero con más profundidad. Las fuentes no acceden a los periodistas de manera uniforme. No hay que hablar únicamente de la distancia social entre quienes tienen más dinero o pertenecen a una clase social más elevada, sino del poder con que cuentan. Observamos, pues, que GANS sigue hablando del poder, pero ahora con una matización nada desdeñable: a los poderosos los llama «conocidos». GANS particulariza y ofrece razones: los poderosos tienen un mayor nivel de educación, se saben expresar mejor y son más divertidos que quienes carecen de poder. Por eso, la

---

<sup>4</sup> *Ibíd.* Pp. 239-242.

<sup>5</sup> *Ibíd.* P. 80.

<sup>6</sup> *Ibíd.* p. 117.

información que les es accesible a los periodistas no es caótica sino que viene ya ordenada, jerárquica y diferencialmente distribuida.

Que los periodistas transmitan la información a las audiencias constituye una *relación de adecuación*, que revela lo necesarios que son los periodistas como profesionales y parte de una organización periodística.

Los periodistas que transforman la información disponible en información adecuada, no trabajan aisladamente. Aunque la tecnología va facilitando cada vez más este trabajo individualizado, están inmersos en una organización comercial. Además, forman parte de una profesión. ¿Dónde incluye este autor el enfoque político?. Sobre todo, por el lado de las consecuencias que la información periodística desencadena. Al ser este hecho comprobable, las fuentes y las audiencias intentan influir en los periodistas. Puede tratarse de individuos poderosos o de grupos de presión, entre los cuales ocupan un lugar muy destacado los grupos de presión política. Es más difícil que ejerzan presión los grupos económicos, o al menos de forma tan abierta, porque no ofrecen un perfil tan jerárquico como las autoridades políticas<sup>7</sup>.

Estas relaciones se complican con numerosos lazos de información de retorno, algo fácil de comprobar si tenemos en cuenta nada más que las transmisiones de las audiencias a los periodistas y de éstos a las fuentes. Por eso, GANS habla de un *proceso circular*. Y la imagen es precisa en otro sentido: las fuentes no pueden dirigirse, en muchos casos, a las audiencias si no es a través de los periodistas y por vías de información periodística, con lo cual el proceso no es lineal.

Disponemos ya de los elementos suficientes como para volver a considerar la imagen de lucha y de tensión que nos presentaba GANS. En efecto, la relación de disponibilidad es todo menos fácil. Los periodistas no operan, no componen la transmisión con la información periodística como si fueran computadoras sino que seleccionan la información y las fuentes que consideran más adecuadas para las audiencias. Lo cual, en muchas ocasiones, no es del agrado de las fuentes y se producen tensiones y conflictos. Por otra parte, las audiencias no son, y cada vez menos, lo dóciles que se suponen. Cuando las audiencias se organizan y toman conciencia de su poder, de que son quienes proporcionan una parte de los ingresos económicos que la organización necesita, influyen en las operaciones de los periodistas. Lo cual también produce tensiones. Los lectores, oyentes, telespectadores tienen en su mano la posibilidad de rechazar lo que leen, oyen y ven, de organizar la protesta, de combatir las elecciones o manipulaciones de las fuentes y de los periodistas y, en definitiva, de cambiar el estado de cosas existente. Cosa muy distinta es si los periodistas hacen caso de las presiones de la audiencia en la misma medida en que atienden a los intentos de influencia por parte de ciertas fuentes<sup>8</sup>.

### 3. ESTUDIAR GRANDES EMPRESAS Y CONSOLIDAR LA TEORÍA

Ya he señalado al comienzo las cuatro organizaciones que GANS estudió. Los periodistas y directivos entran, por tanto, como *referentes fiscalistas* dentro de su teoría. Además, al abarcar a los periodistas en

---

<sup>7</sup> *Ibíd.* Pp. 249-268.

<sup>8</sup> *Ibíd.* Pp. 230-248.

sus diversos roles y examinar las múltiples relaciones entre ellos y con su entorno, ha logrado un entramado de referenciales que dan una gran credibilidad a su estudio. Finalmente, como este autor no ha desatendido sino examinado muy de cerca a las fuentes y audiencias, podemos decir que ha salvado muy limpiamente el trámite fiscalista.

De paso, ha contribuido a dar un gran impulso a la Teoría en el nivel de la organización. Uno de los resultados de su libro ha sido que, al poner el listón tan alto, otros investigadores se lo han pensado mucho antes de acometer el estudio de un gran medio. Quizá ha llegado el momento de volver a estudiar las organizaciones para descubrir zonas inexploradas, sobre todo por el impacto de las tecnologías en el mundo periodístico.

En cuanto a las *operaciones*, sobre las que no he abierto un apartado especial, GANS las ha unido al sector de las *normas*. La Teoría del Cierre Categorical contempla la estrecha relación entre operaciones y normas, por lo que considero correcta la saturación que consigue GANS: operaciones de periodistas, fuentes y audiencias.

#### 4. PERIODISTAS, AUDIENCIAS E INFORMACIÓN

En el *sector esencial*, GANS ha empleado un doble punto de vista: El de la Ciencia Social y el de las Humanidades. Me parece muy original, porque no es lo mismo hacerlo ahora que entonces, cuando publicó su libro. Está claro que pudo hacerlo porque tenía prestigio. Otros tuvieron que soportar que los científicos sociales les mirasen por encima del hombro, como si fueran unos intrusos. Él muestra una gran seguridad, propia de quien está acostumbrado a moverse entre los conceptos abstractos que son propios de la ciencia. Nos ha entregado los «aspectos» de los periodistas ante fuentes y audiencias:

- Comprobadores del liderazgo
- Facilitadores de la retroalimentación política.
- Distribuidores del poder
- Guardianes morales
- Profetas y sacerdotes
- Narradores de historias y fabricantes de mitos
- Barómetros del orden social
- Agentes de Control social
- Constructores de la Nación y de la Sociedad
- Directivos del terreno simbólico<sup>9</sup>.

También ha avanzado los «aspectos» que las audiencias ofrecen a los periodistas. No he visto que otros investigadores hayan proseguido esta línea, que puede aclarar mucho el campo. En concreto, él identifica **cuatro audiencias: interesada, no interesada, rechazada e inventada**<sup>10</sup>. Tanto para la investigación como para la práctica real, pueden constituir una fuente de iniciativas.

Es fácil advertir que no he abierto un apartado especial sobre los *fenómenos* que GANS estudia. La explicación es ésta: el investigador traza un panorama ideal que es el reverso de la situación que ha estudiado. Él denomina a este panorama *alternativa multiperspectivística*.

---

<sup>9</sup> *Ibíd.* Pp. 290-299.

<sup>10</sup> *Ibíd.* Pp. 117-119.

Los polisílabos alejan a la gente de la Universidad. Por tanto, y a la hora de explicar el pensamiento de GANS, podemos trabajar con un lenguaje que tenga rigor y sencillez. También quiero advertir que podemos plantearnos por qué no reservar su política o filosofía pública alternativa para el sector de las normas. Respondo que éstas siempre van unidas a los conceptos esenciales y que, en este caso, he reservado las que me parecen más aplicables para poner en marcha la alternativa.

Los cinco aspectos fundamentales que GANS ofrece son:

1.- *La Información Periodística es más nacional que la que actualmente recibimos.* No basta con que las noticias y reportajes identifiquen al Gobierno, al Parlamento y al Poder Judicial con la nación. Podemos buscar informaciones sobre instituciones y asociaciones que realmente representen los intereses de todos los que conforman la nación, descubrir «aspectos» nuevos. GANS debería ofrecer cómo se distribuye el conocimiento. En este punto, su propuesta puede completarse muy bien con lo que R. HAVELOCK denomina «macro-sistema del flujo del conocimiento», es decir, cómo producir y diseminar de hecho el conocimiento científico (Ver Capítulos 29 y 30). ¿Por qué científico? Porque es en el que estamos interesados GANS y quienes valoramos su obra. Si nos preocupásemos, sobre todo, por la difusión de rumores, no estaríamos en la alternativa sino en lo que de hecho está ocurriendo. Precisamente, lo que hace GANS es ofrecer pautas para disminuir las informaciones «averiadas».

2.- *El trabajo de los periodistas abarca más que las reacciones de fuentes privilegiadas o de quienes gozan de mayor popularidad.* Lo que afecta a los ciudadanos puede recibir un tratamiento que refleje sus intereses vitales, es decir, podemos llevar las opiniones desde abajo hacia arriba. Advertimos este cambio de dirección cuando las noticias de desorden social y moral no quedan reducidas a un determinado segmento de la población.

3.- *Los medios de comunicación, cuando de verdad presentan varias perspectivas, difunden más noticias sobre resultados.* Es un aspecto que hemos de valorar especialmente en GANS, pues nos demuestra que incluye la instrucción dentro de la información periodística. Este preocuparse por la eficiencia de las vías de acción, como definían ACKOFF y EMERY la instrucción, se traduce en lo siguiente: ¿Por qué anunciar extensamente los planes junto con las macrocifras que van a acompañarlos y, sin embargo, no rendir cuentas sobre los resultados que se han alcanzado con su realización?

4.- *Los periodistas pueden presentar más y mejor a los sectores de la población más olvidados.* ¿No estrecha la mente limitarse a resaltar determinados símbolos?. Los periodistas pueden ir buscando recoger las opiniones de las diferentes personas y roles en las diversas jerarquías nacionales, sociales y en las diversas posiciones dentro del espectro ideológico.

5.- Finalmente, *los contenidos sobre servicios vitales para las personas tienen un lugar privilegiado en la Información Periodística.* Nuevamente, la instrucción entra en la Información Periodística. No se trata ya de un mero conocimiento superficial sino de cómo funcionan las instituciones de servicio. Este conocer contribuirá a que los ciudadanos sepan moverse en medio de la complicación de todos los procesos sociales<sup>11</sup>.

---

<sup>11</sup> *Ibíd.*, Capítulo 3E.

En el Capítulo 17, comprobaremos que GANS no ha estado sólo en esta tarea. Presentaré lo que piensa K. STAMM para renovar desde abajo la vida política. Nuevamente, el concepto de *instrucción* ocupará un lugar central.

## 5. PERIODISTAS Y FUENTES: NORMAS PARA EL ACCESO MUTUO

Hay una realidad forzosa y que para el investigador es clave: Lo que distingue al Periodismo de los estudios literarios y de las ciencias sociales es *el cierre*, que es inmutable en televisión y que sólo puede ampliarse en los diarios y revistas aumentando los gastos. El «cierre» en los medios de comunicación expresa un contexto de sobrecarga. Al estar limitadas por el cierre, las operaciones de los periodistas están sometidas a unas normas, que GANS denomina *consideraciones*. Además de evitar que la información procedente de fuentes y audiencias les sobrepase, las consideraciones les hacen cumplir con las estructuras de la organización a que pertenecen.

Estas «consideraciones» poseen estas notas:

a) *Rápida y fácilmente aplicables, de forma que las elecciones puedan hacerse sin demasiada deliberación.* O dicho de otra forma, el trabajo ha de tener el poder creador de la rutina bien comprendida, única forma en que la organización periodística puede funcionar.

b) *Sencillas, para que los periodistas puedan reducir la incertidumbre excesiva sobre si han atinado al elegir*<sup>12</sup>.

c) *Flexibles, para que puedan adaptarse a la variedad interminable de noticias disponibles.* En esto, GANS no se contradice con lo expuesto en a), sino que recoge una tradición, según la cual las organizaciones sólo pueden subsistir si mantienen, a la vez elementos de rigidez y flexibilidad<sup>13</sup>.

d) *Sirven para relacionar y comparar.* Hay consideraciones «incluyentes», para añadir informaciones y reportajes; y «excluyentes», para quitarlos.

No parece que haya sido excesivamente original al identificar las notas de las consideraciones. Le pueden superar otros autores. Más creativo resulta cuando especifica las normas que rigen las relaciones y operaciones de los periodistas con las fuentes. Son relaciones asimétricas, en las que las fuentes llevan la iniciativa. Los periodistas, a no ser en casos excepcionales, esperan a las fuentes y siguen a las noticias. Pero, de una forma global, utilizan una serie de consideraciones (normas), para obtener un acceso mutuo y otras para determinar el valor de las fuentes de que disponen.

Las normas que los periodistas tienen en cuenta son:

1. *Incentivos.* **Las fuentes pueden dividirse en dispuestas, amables y recalcitrantes.** El trabajo del periodista consistirá en lograr que las fuentes le faciliten el trabajo al máximo<sup>14</sup>.

---

<sup>12</sup> *Ibíd.*, Capítulo 5E, Pp. 82-83.

<sup>13</sup> Sigue, en este punto a los teóricos de la organización KATZ y KAHN. Recordemos también lo que dice WEICK.

<sup>14</sup> Para negociar, hay que saber hacerlo. Los futuros periodistas deben aprender esta destreza en la Universidad. No hacerlo en la Universidad es engañar a los futuros periodistas. A no ser que consideremos a los «Masters» como una continuación obligada de la Universidad, lo cual es

2. *Poder*. Los periodistas se encuentran con una jerarquía de poder que existe en la sociedad y que se manifiesta en el acceso de las fuentes. El poder no aparece como coerción para que los periodistas inserten las historias que los poderosos quieren sino mediante su habilidad para crear historias adecuadas a las audiencias. Otra versión del poder de las fuentes que están en o forman una institución es el rechazo del acceso de los periodistas a ellas. El Ejecutivo, el Legislativo, el Judicial, el Ejército, los Servicios Secretos pueden apelar a razones de «seguridad nacional» para no permitir que los periodistas tengan acceso a determinadas informaciones. Y **puede establecerse una relación inversa entre poder de un individuo y dificultad de que el periodista encuentre a alguien que hable; y, viceversa, cuando una persona pierde poder, aumentan las filtraciones de información que le puede resultar perjudicial.**

Las fuentes pueden saturar de noticias a los periodistas produciéndoles una sobrecarga y colocando en desventaja a quienes no pueden facilitar tantas noticias, aunque sí más precisas. En consecuencia, dificultan la claridad de juicio de los profesionales de la información.

La manifestación suprema del poder de las fuentes es la creación de sucesos para los medios, es decir, disponer de habilidades y recursos que facilitan o les permiten la puesta en escena de sucesos dirigidos más a la audiencia total que a la audiencia presente o actual. Los periodistas, sin embargo, han aprendido cómo evitar esta utilización y resulta cada vez más difícil que se presenten como noticias lo que BOORSTIN llamaba «pseudosucesos»<sup>15</sup>.

### 3. *Habilidad para proporcionar información adecuada.*

Sus manifestaciones son múltiples. Los poderosos tienen más habilidad que los pobres para saber presentar como «exclusivas» aquellas noticias de las que extraen el beneficio de publicar lo que quieren. Al hacerlo de forma anónima, evitan los inconvenientes de que se les conozca.

Pienso que no hay que dar por supuesto que todos los poderosos son buenos comunicadores. A diario podemos ver que Ministros, Diputados, Obispos... y una larga lista de personalidades comunican mal, cuando no muy mal. Por eso, los periodistas no se cansan de acudir a los buenos comunicadores, que saben expresar en un lenguaje terso y elegante ideas complejas.

### 4. *Proximidad geográfica y social.*

Estos factores no pueden faltar en ningún estudio sobre Periodismo, aunque debemos reconocer que ha sido el alemán Otto GROTH quien más ha desarrollado estos temas (Ver Capítulo 28).

5. *Logística*. Esta norma reconoce la fuerza de la tecnología para ordenar el campo. Cuando repetidamente falla la logística, son los periodistas los que pagan, incluso con el despido, el no haber podido tener dispuestas a las fuentes en el tiempo y lugar oportunos.

## 6. PERIODISTAS Y AUDIENCIAS: NORMAS SUBSTANTIVAS, DE PRODUCTO Y COMPETITIVAS

Los periodistas están también relacionados con las audiencias al adecuar la información que las fuentes les transmiten. Dicha relación implica también una serie de operaciones regidas por unas normas que, como ya sabemos, GANS denomina «consideraciones». Las estudia de

---

discutible. Hay fuentes que sí saben muy bien qué es negociar. Si el periodista no lo sabe, ya sabemos quién va a manejar a quién.

<sup>15</sup> Ibíd. Pp. 122-124.

manera muy completa. Descubre los factores que explican la situación existente pero, además, deja abierta la puerta para una nueva normativa, que surgirá cuando otros autores desarrollen la alternativa que recoja múltiples observatorios.

Las *consideraciones (normas)* pueden ser *substantivas, de producto y competitivas*<sup>16</sup>.

Las *substantivas* sirven para juzgar el contenido y el valor noticiable de todo aquello que las fuentes hacen llegar a los periodistas y para explicar por qué una determinada historia es importante o interesante.

Una historia es importante si los actores o acciones en ella presentados combinan en alto grado algunas de estas cuatro consideraciones:

1. Rango en la jerarquía gubernamental y en otras jerarquías
2. Impacto en la nación y en el interés nacional.
3. Impacto en grandes números de personas.
4. Importancia pasada y futura.

Las historias interesantes siguen un proceso distinto, porque su selección es producto de una decisión de grupo y está basada en reacciones personales compartidas, no en consideraciones; por lo tanto, **en las historias interesantes no imperan las normas sino los dialogismos.**

Las *de producto* sirven para evaluar la calidad de las informaciones y reportajes. Si, dentro de las teorías que estamos examinando, la información periodística tiene un aspecto importante de producto, es lógico que los profesionales quieran alcanzar unas historias que sean lo mejores posibles. Estas normas se subdividen así:

1. *Normas de medio*, «que conectan la selección de la información con la tecnología». Aquí hay que encuadrar el carácter de forzosidad de los medios.

2. *Normas de formato*, «que organizan y estructuran los mensajes y dejan fuera la información que no se ajusta a ese mismo formato».

Si comparamos la investigación de GANS con la de los autores que hemos examinado hasta el momento, advertimos que ha sabido sistematizar mejor los hallazgos que, en otros autores, mostraban cierto carácter desorganizado e impresionista. Quizá la razón estribe en que GANS comenzó a investigar mucho antes que los otros. (No debemos olvidar que la primera obra de este autor data de 1.957).

3. *Normas de novedad y calidad*, que se dirigen a conseguir un producto equilibrado.

Uno de los rasgos que distingue a los periodistas de los sociólogos y de los historiadores es el siguiente: los primeros dividen la realidad externa en procesos sociales; los segundos contemplan estos procesos durante largos períodos de tiempo; los periodistas, por el contrario, ven la realidad como un conjunto de sucesos independientes; pueden «componer», es decir, aproximar o separar los acontecimientos con un grado variable de libertad y reordenarlos una y otra vez. Aunque los acontecimientos sean suficientemente conocidos, los periodistas son capaces de presentarlos bajo ángulos nuevos y, por lo tanto, construyen la realidad. Además, para evitar una presentación desequilibrada los periodistas acuden a «perchas» o «colgaderos» que les permiten apoyarse en un acontecimiento de actualidad para acumular historias

---

<sup>16</sup> Ibíd. Capítulo 5°, Pp. 146-181.



relacionadas. Las «perchas» son muy fáciles de aplicar y por lo tanto, podemos considerar su utilización como una operación puramente periodística<sup>17</sup>.

## 7. NORMAS E INVESTIGACIÓN FORMATIVA

Es lógico que nos preguntemos si es posible instaurar unas normas que respondan a la alternativa que ofrece GANS. Hay precedentes de intentos parecidos. Ofreceré dos: En 1974, Chris ARGYRIS publicó su estudio sobre *The New York Times*<sup>18</sup>. Lo que distingue su estudio de los de TALESE, HALBERSTAM y GANS es que quiso aprovechar su estudio de la organización para que el personal cambiase sus prácticas y rutinas perjudiciales. En 1977, Elihu KATZ publicó sus propuestas de «investigación formativa» que le había encargado la BBC para iniciar una reforma<sup>19</sup>. Por ahí podría ir la alternativa que nos ha ocupado este Capítulo.

En el libro *More Bad News*, del Grupo de Medios de la Universidad de Glasgow, sugieren un programa de campaña de largo alcance para reformar las instituciones de noticias (Sobre el Grupo de Glasgow, ver Capítulo 20)<sup>20</sup>.

¿En qué sentido hay que reformar la BBC, por ejemplo? Haciendo que refleje la realidad. Equivale a decir que el naturalismo como posición vital tiene que ser la filosofía de las noticias de la BBC. «Reflejar» es una palabra muy vaga. Obliga a preguntarnos qué aspectos de la realidad tienen que reflejar las noticias. Hemos visto cómo GANS proponía algunas líneas. Lo que ocurre es que este autor tenía la «dieta» como metáfora subyacente: hay que equilibrar las noticias de unos grupos con los de otros. El Grupo de Glasgow tiene la metáfora del «espejo». De entrada, podemos aplicar todas las críticas que existen desde hace cien años contra el naturalismo. Sobre todo, representa una gran contradicción afirmar que aspira a reflejar la realidad y que luego seleccione sólo algunos aspectos. Y por esas paradojas de la vida, que resultan mucho menos misteriosas de lo que parecen a simple vista, la metáfora del «espejo» es la que sostienen las instituciones de noticias. Cuando hablan sus ejecutivos, su tema es siempre el mismo, aunque contenga variaciones: «Nos limitamos a reflejar la realidad».

Al excluir el Grupo un enfoque semiótico de las noticias -y lo hacen expresamente- ¿qué papel les queda a las audiencias? ¿Aceptar las noticias que reflejan la realidad? Esto es tanto como decir que los textos y quienes los elaboran mandan sobre sus conciencias. Cuando me ocupe de Mensajes y Textos, veremos que esto no es así, que por ahí no va la investigación. Siguiendo con el hilo del naturalismo como filosofía del Grupo de Glasgow, podríamos tomar prestadas a HAMLET unas palabras que resumirían la posición de quienes no comparten la posición del

---

<sup>17</sup> Ibíd. Pp. 167-173.

<sup>18</sup> ARGYRIS, Chris: *Behind The Front Page*.

<sup>19</sup> KATZ (1977).

<sup>20</sup> GLASGOW UNIVERSITY MEDIA GROUP: *Really Bad News*. Londres, Writers and Readers Publishing Co-operativa, 1982, Pp. 153 y sg. Ver COLLINS, Jeff: «Grupo de Medios de la Universidad de Glasgow: Los libros de "malas noticias"». En BARKER y BEEZER, 1994, Pp. 76-93. Como casi todos los estudios de este libro, el de COLLINS demuestra agudeza y altura.

Grupo: «¡Hay algo más en el cielo y en la tierra, Horacio, de lo que ha soñado tu filosofía!» (Acto I, escena V).

Las audiencias del proyecto del Grupo sobre las noticias son como los lectores de la tradición clásica sobre los textos: un lector (radioyente o telespectador) abstracto... Y así resulta otra paradoja: Que quienes más claman por audiencias reales ven el mundo como los déspotas ilustrados.

Si la balanza se ha inclinado exageradamente del lado contrario al del Grupo, esto no es razón suficiente para hacer de contrapeso y poner las ideas del Grupo a la altura de las otras, cuyo mérito quizá está también exagerado por la moda. Entre otras cosas porque a la etapa actual en la que algunos investigadores han entronizado al lector como soberano, puede seguir otra en la que el lector pueda ser visto como ignorante en muchos aspectos y digno de ayuda. En cuyo caso, nuevamente tendríamos que volver a inclinarnos del lado contrario. Que algunos académicos oportunistas lo hagan no quiere decir que tengamos que renunciar al uso de la razón en beneficio de la moda.

También es oportunista acusar a los del Grupo de sexistas, por no tener en cuenta la diferente manera de ver las noticias que tienen hombres y mujeres. Si aplicásemos al pie de la letra este criterio, ¿quién no será culpable de no habersele ocurrido una idea antes que a otro? Cuando el Grupo investigó no había la misma sensibilidad que ahora en el ámbito académico hacia algunas cuestiones, no sólo a la del lenguaje masculino o femenino.

Más importante parece la crítica de que el Grupo no tiene en cuenta al carácter «intertextual» de las noticias. Ya hemos visto que las compañías trabajan con los espacios anteriores a las noticias para conquistar a la audiencia. Lo que parecería más lógico es que el Grupo hubiese enfocado las noticias como género: asuntos de actualidad, documentales, deportes, programas de educación, revistas de viajes, debates. También recordemos lo que Reuven FRANK manifestó a E. J. EPSTEIN: la noticia tiene los atributos del drama y de la ficción. Por tanto, los telespectadores tienen en sus mentes grandes archivos de recuerdos de curiosidad (relatos de interés humano), suspense y sorpresa (investigaciones de familias «privadas» y de escándalos «públicos»), dificultades (huelgas), conflictos y desastres (guerras). Pues bien, el Grupo no siguió esa línea, que le hubiera llevado a conocer mucho mejor la realidad. Que no haya investigado en estos asuntos a fondo, no es excusa para refugiarse en el expediente fácil de que las noticias «reflejan» la realidad. ¿Por qué no aprovechar todo el potencial de las relaciones entre unas experiencias y otras? ¿Dónde quedan las comparaciones que las personas hacen entre lo que ven en las noticias y otros campos de la realidad distintos de los que cubren las noticias?

Donde sí fueron férreamente lógicos los miembros del Grupo es al proponer medidas para cambiar las cosas: aspiraban a cambiar el funcionamiento de los poderes que controlan las noticias. ¿Qué hacer?

- Nombrar reguladores sociológicamente representativos, más tarde elegidos por una conferencia nacional y responsables ante ella.

- Cambiar el acceso a la producción de noticias, ofreciendo un porcentaje de los recursos y formación para usarlos a grupos no profesionales y grupos minoritarios, especialmente en «áreas de conflicto»;

- Dar derechos de réplica como respuesta a los casos de «distorsión»;

- Realizar una discriminación positiva en las estructuras de producción.

¿Qué consecuencias tendría implantar estas propuestas? Cambiaría mucho el actual estado de las cosas. ¿Cómo definir qué hechos pueden convertirse en noticias y cuáles no? Actualmente, existen unos criterios,

que forzosamente tendrían que cambiar. Los periodistas, es lógico, se resistirían mucho a que personas ajenas al periodismo se entrometiesen en su trabajo. Y comenzaría una lucha por el poder de definir qué convertir o no en noticias. Los excluidos de una noticia aprenderían también a rebelarse contra el silencio que les imponen. Ahora, puede haber conflictos sobre qué convertir en noticia, pero las convenciones periodísticas impulsan a la coherencia. Si desaparecen esos criterios, ¿qué alternativa ofrecer?

## 8. DE LA EMPRESA PERIODÍSTICA A LAS RELACIONES ENTRE EMPRESAS

Corresponde, ahora, abordar el estudio de las relaciones entre organizaciones de medios y con otras empresas. El panorama se abre hasta encontrarnos con los grandes gigantes de la comunicación, grupos multimedia, adquisiciones, fusiones...

Es un sector que cada día ocupa y preocupa más a los estudiosos, especialmente a quienes investigan la *Estructura de la Información*. Por tanto, me remito a los estudios de quienes siguen día a día la marcha de los hechos que, aquí, tienen un fuerte componente económico. Podemos denominar Teoría Interorganizacional o Económica a la que van componiendo los estudiosos de este sector <sup>21</sup>. Quienes investigan en Estructura, emplean una metodología "-operatoria. Lo único que sí conviene añadir es que también es apropiado emplear una metodología \$, sobre todo cuando se trata de algunas personalidades: MURDOCH, NEURATH, TURNER... De esta manera, conseguimos un cuadro bastante completo de la situación.

Esta Teoría permite también prolongar la cuestión de las normas que rigen la actividad de los periodistas y que algunos investigadores alemanes han sabido tratar muy bien, como he escrito al final del Capítulo anterior. Como han escrito KEPPLINGER y KÖCHER,

«La estructura del trabajo editorial tiene presumiblemente considerables consecuencias para las actividades periodísticas, **aunque este aspecto todavía no ha sido investigado sistemáticamente**. Cuanto más especializados sean los periodistas, más cooperarán con sus colegas. Cuanto más estrecha la cooperación, mayor la orientación hacia las expectativas profesionales. Y cuanto mayor la orientación hacia las expectativas profesionales de los colegas, más fuerte la influencia de las normas profesionales. Más aún, las estructuras editoriales probablemente tienen un impacto importante en el producto final <sup>22</sup>.

---

<sup>21</sup> QUIRÓS FERNÁNDEZ, Fernando: *Estructura Internacional de la Información*. En EL-MIR y VALBUENA (1995), Pp. 559-600. Como puede comprobar quien lea este trabajo, quienes trabajan en Estructura de la Información deben estar buscando continuamente las variaciones en el mercado, porque el panorama puede cambiar mucho de un día para otro.

<sup>22</sup> KEPPLINGER y KÖCHER (1990), P. 291.