

Campo periodístico y agendas mediáticas: una propuesta teórica para el análisis del periodismo

JUAN GUILLERMO ARIAS MARÍN

Abstract

En el tránsito del siglo XIX al XX, el funcionalismo detecta la importancia de los medios de comunicación y se propone su análisis. Desde entonces la discusión ha estado mayormente centrada en el problema de la propiedad de los medios de comunicación y la sujeción del periodismo a sus imposiciones. Este artículo propone una visión -que aunque funcionalista- actualizada, en tanto señala el papel que en el periodismo moderno juega la formación de los periodistas y, por tanto, el capital cultural invertido dentro de la dinámica del campo periodístico. Capital cultural y fuerzas del campo periodístico son las nociones que la misma tradición funcionalista genera para comprender el universo mediático, su comportamiento y su producción cotidiana: las agendas informativas. Una discusión siempre vigente.

Desarrollo, sociedad funcional y conocimiento

El proceso de desarrollo de las sociedades, según la sociología funcionalista, conlleva la progresiva división y especialización del trabajo¹, fenómeno determinado, entre otros factores, por una paulatina pero cada vez más acelerada ampliación del conocimiento y la consecuente multiplicación de sus posibilidades de aplicación para la satisfacción de las necesidades sociales y la resolución de problemas de la vida cotidiana (problemas pre-

existentes y permanentes o problemas generados en la medida en que se resuelven los anteriores, pues la aparición constante de nuevos problemas, derivados, es también un rasgo sintomático de desarrollo, pues es inherente a la condición humana su incansable búsqueda de la perfección contrapuesta siempre a su irresoluble imperfección, origen de una tensión que bien puede llamarse angustia existencial o simplemente insatisfacción permanente).

El desarrollo funcional y su división del trabajo se asocian también a otra transformación radical en la configuración social moderna y en la forma de comprenderla, cual es la diferenciación (inexistente o apenas rudimentaria en las comunidades primitivas o embrionarias) entre la esfera pública (lo común a todos), la esfera privada (la intimidad personal y familiar)² y, en la convergencia de estas dos, la esfera pública-privada o esfera social o sociedad, “la forma en que la mutua dependencia en beneficio de la vida y nada más adquiere público significado, donde las actividades relacionadas con la pura supervivencia se permiten aparecer en público”³. De esta manera, en la esfera social, por ejemplo, se encuentran el profesor con sus alumnos, éstos para formarse en una vocación que libre e íntimamente han escogido y aquél para ejercerla en uso de su libertad de desarrollo personal e ideológico; en la esfera social (al cobijo del secreto profesional) se ven cara

1 **Durkheim**, Emile. *La división del trabajo social*. Editorial Schapire. Buenos Aires, 1967.

2 Véase **Arendt**, Hannah. *La condición humana*. (Capítulo II: *La esfera pública y la privada*). Paidós. Barcelona, 1992. Pp.37-95.

3 *Ibíd.* P.57.

a cara el médico con su paciente, éste para curarse de una enfermedad (nada hay más íntimo que el dolor o la enfermedad) y aquél para proyectar efectivamente su personal inclinación al servicio de la salud y poner en práctica los conocimientos anejos a su condición; en la esfera social convergen el periodista y su fuente (amparados, si es el caso, por el siglo periodístico, reconocido jurídicamente en los estados demo-

cráticos modernos como una forma de protección a la identidad, intimidad e integridad de la fuente y del mismo fuero periodístico en beneficio de la información que debe publicarse); el periodista y la ciudadanía que de él se informa también se citan en la esfera social.

Es decir, la esfera social es la esfera del trabajo o, mejor, de los trabajos especializados, ejercidos por individuos, para la satisfacción de necesidades de los mismos individuos, lo que les impone a éstos establecer relaciones de interdependencia cuya eficacia precisa la consolidación de vínculos de solidaridad orgánica, solidaridad fundada en la mutua confianza y en el interés colectivo, sin desmedro de la autonomía, intimidad e identidad del individuo.

Así, pues, según la visión funcionalista, la división del trabajo no significa la ruptura de la unidad social sino, por el contrario, una mayor cohesión y armonía de los subsistemas funcionales que la conforman, pues en la medida en que cada subsistema desempeña una labor tan específica, su acción se vuelve imprescindible para el conjunto del sistema social. De esta manera, por ejemplo, el médico depende tanto del abogado como éste del contador, y todos ellos del periodista, y éste último de todos los anteriores que de él se sirven, pues ninguno de ellos podría suplir sus propias necesidades sin el concurso de los otros, por una

Así, pues, según la visión funcionalista, la división del trabajo no significa la ruptura de la unidad social sino, por el contrario, una mayor cohesión y armonía de los subsistemas funcionales que la conforman, pues en la medida en que cada subsistema desempeña una labor tan específica, su acción se vuelve imprescindible para el conjunto del sistema social.

razón muy simple y evidente, como lo es que los tiempos de dedicación, las competencias, los propósitos y las posturas microéticas (algunas de las cuales reñirían entre sí), implícitos en todos los trabajos específicos sumados en su conjunto serían inabarcables para la capacidad laboral de un solo hombre, por lo cual es imposible que él, de manera autosuficiente, desempeñe todas las funciones, en cambio no que se valga de

otros que por separado las desempeñan. No puede un solo individuo ejercer varias profesiones a la vez. La sociedad es entonces una máquina que funciona por el engranaje entre piezas insustituibles, cada una de las cuales cumple un trabajo específico.

Como se ha sugerido, la aparición de un “nuevo” trabajo equivale a la invención de una nueva forma de solución a problemas nuevos o antiguos, mediante una nueva aplicación de un conocimiento consolidado ancestral o recientemente. Entonces, el trabajo social es consecuencia del conocimiento, se funda en él y de él depende la eficacia de las soluciones que ese trabajo intenta poner en práctica. El conocimiento en que se sustenta una labor inspira la confianza social en esa labor porque garantiza su calidad, requisito *sine qua non* para la funcionalidad de la interdependencia social. La diada conocimiento-trabajo corresponde a la de ciencia-profesión, o a la de saber-hacer. Antecedentes los primeros, consecuentes los segundos, aunque no en sentido cronológico. Esto significa que el conocimiento antecede a sus aplicaciones, aunque no históricamente, pues las tentativas de solución a las necesidades se pueden dar en el transcurso del desarrollo social antes del estudio científico del problema que se pretende resolver, pero despojadas del conocimiento que en un sentido moderno debe sustentarlas, son ten-

tativas torpes -acreedoras de sospecha social, no de confianza- y sin posibilidades de optimización. En ello estriba, además, la diferencia entre la labor artesanal y el trabajo profesional: la primera evoluciona muy lentamente en sus modos de producción, pues su aprendizaje es imitativo y vivencial, mientras el segundo transforma sus *modus operandi* con el avance del conocimiento que puede incorporarse en él de manera lógica, racional y sintética.

De allí entonces que la identidad profesional, aquello que hace a un tipo de profesional distinto de otro, reside, más que en sus acciones, en sus saberes específicos, pues estos últimos predeterminan a aquéllas. En otras palabras, de un profesional se espera que sepa algo específico, que juzgue y actúe en consecuencia con ese saber, que sus actuaciones y juicios sean idóneos y, por tanto, dignos de credibilidad, y que esté en capacidad de cambiar sus modos de obrar de acuerdo a los avances del conocimiento específico del que ese profesional es depositario.

La división del trabajo y la evolución del periodismo

Como se ha dicho, el desarrollo (aumento de la satisfacción de las necesidades básicas, elevación de los niveles de vida, ampliación del conocimiento, industrialización, democratización, urbanización, segmentación racional de la sociedad en partes funcionales, cohesión social) atraviesa y transforma todas las actividades humanas, entre las cuales el periodismo ocupa un lugar reciente, pero no por ello menos específico dentro de la división del trabajo. A lo largo de su historia, el periodismo ha ido moldeando su identidad entre las otras profesiones, lo que significa que ha ido definiendo la especificidad de su acción social (sirve para satisfacer necesidades que otras profesiones no satisfacen) a partir de la consolidación de un saber también específico (los periodistas saben cosas que otros profesionales no saben y, por tanto, tienen un criterio propio de los periodistas y toman decisiones que sólo pueden tomar los periodistas).

No es sencillo determinar con certeza la fecha en que el periodismo se funda como profesión (ac-

ción social nítidamente distinguible de otras) o como saber específico, pero es posible mencionar algunos hitos importantes en su evolución funcional desde la invención de la imprenta por Johannes Gutenberg, a mediados del siglo XV, hecho que marcó, si no la aparición del periodismo propiamente dicho, sí la posibilidad de su primera realización técnica en Occidente⁴.

Durante todo el siglo XVII aparecen las primeras publicaciones periódicas en Europa, algunas de las cuales alcanzan una frecuencia diaria⁵. Coetáneo del advenimiento y la utilización de la imprenta, el descubrimiento y colonización de América representó también el tránsito de la Edad Media al Renacimiento y potenció el crecimiento del periodismo en el Nuevo Mundo, especialmente en Norteamérica, donde la temprana alfabetización a gran escala (que equivale a la formación de un mercado amplio de lectores), la consolidación de la democracia junto con la consagración de la primera enmienda constitucional de los Estados Unidos de América (libertad de prensa), la Guerra de Secesión y sus herencias en todos los órdenes, las innovaciones tecnológicas en comunicación durante los últimos doscientos años, entre otras circunstancias históricas, han favorecido, además, el desarrollo de un modo particular de hacer periodismo, de ser periodista y de comprenderlos. Al ritmo en que crece el poderío cultural, político, económico y militar de los Estados Unidos, el llamado “modelo americano”⁶ de periodismo -con sus aciertos y deformaciones- ha trascendido las fronteras de la Federación hasta influir determinantemente en la organización y la profesión periodísticas -también en los medios electrónicos de aparición posterior- al menos en el hemisferio oeste, y hasta más allá.

4 Puesto que lo que interesa aquí, más que las implicaciones técnicas, son las connotaciones sociales del advenimiento de la imprenta en la civilización occidental, se pasará de largo sobre el hecho de que los chinos, entre los siglos VII y XI d.C., ya habían desarrollado alguna forma rudimentaria de impresión y publicado algunas obras y periódicos oficiales.

5 Estos y otros datos cronológicos pueden consultarse con mayor precisión en **Balle**, Francis. *Comunicación y sociedad. Evolución y análisis comparativo de los medios*. Tercer Mundo Editores. Bogotá, 1991. Pp. 75-77.

6 **Colombo**, Furio. *Últimas noticias sobre el periodismo. Manual de periodismo internacional*. (Capítulo: El modelo americano). Anagrama. Barcelona, 1997. Pp.31-38.

Progresivamente, en el escenario norteamericano, el periodismo se fue ajustando a las lógicas de la democracia, de la economía de mercado y de la modernidad con su industrialización (racionalización y segmentación de procesos) y su división del trabajo. Durante el siglo XIX, la producción de información pasa del primitivo *one-man newspaper*⁷ a los modernos y grandes diarios de amplia circulación y bajo costo por ejemplar, en los que se desagrega la función comercial (venta de pauta y distribución) de la función editorial (reportería y redacción), esta última dedicada exclusivamente a la investigación y a la elaboración de noticias, lo que constituye una de las más importantes conquistas en la búsqueda de la profesionalización del periodista, por la autonomía y liberalidad que le imprime a su acción. La producción industrial de información implica acentuar aun más la diferenciación y especialización de subfunciones, incluso dentro de la misma función editorial: editor, reportero, fotógrafo, diagramador, entre otros, comparten todos la condición de periodistas, pero ejecutan cada uno tareas muy diferentes aunque complementarias. Posteriormente, las especializaciones del periodismo se multiplican aun más con el surgimiento y auge de la radio y la televisión, y las particulares habilidades mentales y técnicas que la operación de estos nuevos medios demanda de la emergente fuerza laboral.

Otro paso significativo hacia la profesionalización se relaciona con la institucionalización de la enseñanza específica del periodismo y, aun antes, con el interés sociológico por el fenómeno de la comunicación de masas, que desemboca, durante el cambio del siglo XIX al XX, en la apertura de centros dedicados al estudio de la prensa en Europa y los Estados Unidos⁸. Llama la atención la

propuesta de Joseph Pulitzer, en 1903, de crear un colegio especializado en la formación de periodistas, con una argumentación consonante con las ideas sociológicas a la sazón en boga -y aún vigentes- sobre la necesidad de educar focalmente de acuerdo a la división del trabajo propia de la sociedad moderna industrializada: “(...) Los cursos (universitarios) en historia, en leyes, en ciencia política y el resto no serán lo que (el futuro periodista) realmente necesita como especialista en periodismo. Ellos le darán sólo una fracción del conocimiento que requiere en estos temas, y esa fracción se ahogará en una inundación de detalles que no puede usar. Para acomodar estos cursos a sus propósitos, éstos deben ser remodelados y especializados. La industria moderna mira con rigor a sus productos derivados (...) Así que, en general, en los cursos universitarios se pueden encontrar productos derivados que podrían satisfacer las necesidades del periodista. ¿Por qué no dirigirlos, desviarlos, extraerlos, concentrarlos, especializarlos para el periodista como especialista? El espíritu de especialización está en todas partes (...) Y hay especializaciones en las mismas oficinas de los periódicos (...) El objetivo del Colegio de Periodismo será excavar a través de este esquema general destinado a cubrir cada posible carrera o trabajo en la vida, cada profesión, seleccionar y concentrarse sólo en las cosas que el periodista quiere, y no perder tiempo en cosas que no quiere (...)”⁹.

Profesionalidad del periodismo

Al margen de las divergencias de opinión en torno a lo que debe enseñarse al futuro periodista, independientemente de los matices o énfasis que en su formación tiende a marcar cada escuela, la experiencia histórica demuestra que la formación específica, sea cual fuere su acento, es necesaria e inevitable en el desarrollo de cada cam-

7 La expresión se refiere al “periódico hecho por una sola persona”, quien se encarga de investigar, entrevistar, redactar, imprimir, distribuir, vender publicidad, vocear, y todas las demás tareas que implica la labor periodística en su conjunto. Era la “prehistoria de la información colectiva”, al decir de Balle, en la época cuando la escasa división del trabajo se palpaba en los pequeños diarios locales de provincia de los Estados Unidos, antes, durante y poco después de la Guerra de Secesión. Véase: Balle, F. Op.cit. Pp.73-88.

8 Véase Balle, F. Op. cit. Pp.17-29, y Mattelart, Armand y Michelle. *Historia de las teorías de la comunicación*. Paidós. Barcelona, 1998.

9 Pulitzer, Joseph. *Planeando una escuela de periodismo*. En: Alma Mater. Colección documentos No.3, editado por la Universidad de Antioquia. Medellín, abril de 1999. Pp.12-13. (Publicado originalmente en: *The North American Review*, mayo de 1904).

po de producción y para sus progresivos fortalecimiento y articulación con otros campos de la producción: “*Todo grupo social que surge sobre la base original de una función esencial en el mundo de la producción económica, establece junto a él, orgánicamente, uno o más tipos de intelectuales que le dan homogeneidad no sólo en el campo económico, sino tam-*

bién en el social y en el político”¹⁰. En la modernidad, este tipo o estos tipos de intelectuales encuentran su representación más clara en la universidad, institución que, dentro del reparto de funciones propio de la división del trabajo, asume la de cualificar y acreditar la fuerza laboral de los otros campos, cada uno de los cuales, por las altas exigencias de sus propias funciones, debe delegar en las facultades la formación intelectual de profesionales, dado que aunque “*podría decirse que todos los hombres son intelectuales, (...) no todos tienen en la sociedad la función de intelectuales*”¹¹.

Además de la formación en un saber específico -sobre lo que ya se ha insistido suficientemente pero se insistirá más adelante para nuevos efectos de la reflexión- la calidad profesional de un cierto grupo social de trabajadores descansa en dos con-

Además de la formación en un saber específico, la calidad profesional de un cierto grupo social de trabajadores descansa en dos condiciones adicionales: la dedicación -exclusiva o, al menos, preferente- de estos trabajadores a su labor, y la existencia dentro de la sociedad de un marco normativo vinculante que regule el trabajo de ese grupo social.

diciones adicionales: la dedicación -exclusiva o, al menos, preferente- de estos trabajadores a su labor, y la existencia dentro de la sociedad de un marco normativo vinculante que regule el trabajo de ese grupo social, en reconocimiento, más que de su mismo estatus profesional, de sus responsabilidades públicas.

Respecto de la primera condición, su cumplimiento depende

de la posibilidad real que cada trabajador tenga de subsistir del ingreso que su labor específica le genera. “*En el lenguaje corriente, la profesión es el oficio, es la actividad merced a la cual es posible “ganarse la vida”; es la ocupación principal, regular y retribuida; es el trabajo, el empleo, la función, el estado, la carrera... Es lo opuesto a la actividad pasajera, la que ejerce un individuo para distraerse, para pasar el tiempo, para llenar el ocio, para divertirse o para jugar... Lo que distingue al profesional del aficionado es que el primero le consagra la mayor parte de su tiempo, constituye su actividad principal, y de ella obtiene los recursos necesarios para su existencia (...)*”¹². Y la posibilidad de subsistir por el ejercicio de un trabajo en particular depende del reconocimiento social del que goce ese trabajo en un momento y en un contexto dados, reconocimiento que es proporcional al grado de satisfacción que ese trabajo genera de una necesidad social.

Como la distribución de funciones entraña una dependencia más fuerte entre el conjunto del sistema social y cada una de los subsistemas funcio-

10 Gramsci, Antonio. *La formación de los intelectuales*. Editorial Grijalbo. México, 1967. P.21.

11 Ibidem, P.26. Añade en pie de página el editor italiano: “*Así, puede suceder que en alguna ocasión se tercié el freírse uno un par de huevos o coserse un desgarrón de la chaqueta, lo que no significa que se sea cocinero o sastre*”. La división del trabajo alude más a ocupaciones preferentes. Análogamente, el conversar con los amigos sobre la situación del país no convierte a nadie en periodista. Sobre los periodistas, dice Gramsci: “*El tipo tradicional de intelectual se confiere vulgarmente al literato, al filósofo, al artista. Por eso, los periodistas que se creen escritores, filósofos o artistas se consideran verdaderos intelectuales...*” P.27.

12 Derieux, Emmanuel. *Cuestiones ético-jurídicas de la información*. (Capítulo V: *Periodistas: ¿profesionales de la información?*). Ediciones Universidad de Navarra S.A. Pamplona, 1983. p. 160. Véase la discusión planteada por este autor que, finalmente, prefiere identificar al periodismo no como una profesión sino como una actividad profesional.

nales (interdependencia), entonces cada grupo de trabajadores que encarna un subsistema funcional especializado debe someterse a unas normas que aseguren que las acciones profesionales de ese grupo se mantengan armónicas dentro del concierto de acciones de toda la sociedad. Esas normas deben contemplar garantías para el ejercicio autónomo de la profesión y consecuencias punitivas para las transgresiones que desencadenen consecuencias lesivas para la sociedad y los individuos. En el caso del periodismo, dentro de las llamadas democracias occidentales, éste goza de todas las garantías legales para difundir la verdad, y tiene que enfrentar el peso de la misma ley cuando miente, para decirlo en términos muy genéricos¹³.

Capital y campo periodísticos

Además de sus implicaciones sociológicas, la iniciativa de Pulitzer entraña otras de índole ético: avizoraba Pulitzer que un periodista formado previa y específicamente para el ejercicio del periodismo sería más conciente de la responsabilidad social que pesa sobre su trabajo. La propuesta se encaminaba además a desligar al periodismo -o al menos al periodista- de los compromisos extraperiodísticos, como son los contratos con los anunciantes, las obligaciones partidistas o la necesidad de complacer mecánicamente la demanda superficial del público o las pretensiones interesadas de las fuentes. Un periodista formado en periodismo, según esta tesis precursora de Pulitzer, tendrá más claridad sobre lo que debe y puede hacer un periodista y se desentenderá de los otros asun-

tos incidentales que, aunque indispensables para el normal funcionamiento de la empresa informativa, atañen a otros trabajadores no periodistas de la industria periodística. Pulitzer sienta los cimientos conceptuales no sólo para la creación de una nueva Facultad de Periodismo que a la postre abra sus puertas en la Universidad de Columbia, en New York, sino también para la promulgación de una nueva moral particular de los periodistas en buena parte del mundo.

Fundado en una forma particular de concebir el mundo y la sociedad, este nuevo sentido ético de esta profesión en ciernes, compartido por todos los periodistas, afianzaría entre ellos sus relaciones de colegaje -siguiendo a Pulitzer- y crearía entre ellos una especie de “conciencia de clase”, que cohesionaría a quienes ejercen la profesión y los convertiría en una fuerza social dotada del poder que les otorga el conocimiento específico del que se encuentren aperecidos, una fuerza social que haga contrapeso al poder de la política y del gobierno, para conjurar las consecuencias de sus posibles abusos, todo al servicio de los más altos ideales de la sociedad democrática moderna, titular del derecho a la información.

En resumidas cuentas, la tesis anticipa la idea de que un periodista formado para ejercer el periodismo sabrá no sólo qué debe hacer para cumplir con su función social, sino que también sabrá cómo hacerlo. Es decir, subraya la correlación causal entre conocimiento específico y capacidad de acción, la directa proporcionalidad entre capital cultural¹⁴ y competencia laboral. En lo que se refiere al periodismo, particularmente, cabría decir que no hay libertad de prensa más elevada que aquella posibilitada por la sapiencia de los periodistas, ni censura más atroz que aquella impuesta por la ignorancia de los periodistas.

La tesis señala también la importancia de un capital cultural que, común a quienes ejercen un trabajo especial, se constituya en un piso simbólico eficaz para el asentamiento de un campo cultural, concepto que supera en mucho la simple idea de gremio. Si por gremio se entiende el conjunto

13 En Colombia, desde el articulado mismo de la Constitución Nacional, pasando por la abundante jurisprudencia sobre medios de comunicación, hasta las leyes específicas, son profusas las responsabilidades jurídicas contempladas para el periodismo. La inexistencia de un estatuto del periodismo (declarado inexecutable por la Corte Constitucional en su sentencia C-087 del 18 de marzo de 1998) no significa el desconocimiento de la importancia social del periodismo y de los medios, ni de la formación académica para los periodistas (como reiteradamente lo dice la Corte en su criticada providencia), ni significa tampoco disminución alguna de las responsabilidades públicas del periodismo, de los periodistas y de los medios. Véase sentencia citada y aclaración de voto adjunta, suscrita por el magistrado Eduardo Cifuentes Muñoz.

14 Los conceptos de *capital cultural específico* y *campo cultural* (particularmente campo periodístico) son tomados aquí de **Bourdieu**, Pierre. *Sobre la televisión*. Anagrama. Barcelona, 1997. Pp.57 y siguientes.

de trabajadores que ejercen un mismo oficio y que unidos y organizados buscan mejores condiciones de labor y mayor bienestar, el concepto de campo cultural alude al espacio social estructurado que alberga a individuos y a institu-

ciones dedicadas a la misma función social y entre las que se establecen -aunque esos individuos no se conozcan personalmente entre sí- unas relaciones simbólicas pero reales de fuerza, en virtud de las cuales hay dominantes y dominados, “*es un campo de luchas para transformar o conservar ese campo de fuerzas. Cada cual, dentro de ese universo, compromete en su competencia con los demás la fuerza (relativa) que posee y que define su posición dentro del campo y, consecuentemente, sus estrategias*”¹⁵.

Además de contener (en algunas de sus dimensiones) y trascender al concepto de gremio, la noción sociológica de campo periodístico tiene dos implicaciones de singular transcendencia para la comprensión del hecho periodístico: primera, la capacidad de competir dentro del campo, la posición que se gana dentro de él y las estrategias que se ponen en juego dependen en gran medida del capital cultural específico invertido por cada actor en su interacción con los otros dentro de la dinámica del campo. Estaría en mejor posición para llegar a ser dominante dentro del campo aquél cuyo capital cultural específico sea superior, y, en el mismo orden de ideas, quien posea un escaso capital deberá ocupar un lugar subordinado dentro del campo.

Segunda, buena parte de lo que ocurre en los medios de comunicación y de las actuaciones de los periodistas, depende de las dinámicas internas del campo, se explica a partir de las luchas en el ámbito de autonomía propio del mismo campo, planteamiento que revalúa la vieja y socorrida idea -sólo parcialmente cierta- de que los medios de comunicación y los periodistas que trabajan en ellos no son más que fichas a disposición de maquina-

Un periodista formado para ejercer el periodismo sabrá no sólo qué debe hacer para cumplir con su función social, sino que también sabrá cómo hacerlo.

ciones políticas o de intereses económicos fuera del control de los periodistas, quienes no serían otra cosa sino “*títeres-del-destino*”. Esta visión derrotista del quehacer periodístico, si bien obedece a evidencias que demuestran la relativa im-

potencia de medios y periodistas insertos en un contexto social que los predetermina en gran medida, es, sin embargo, parcializada e insuficiente para explicar a cabalidad el comportamiento del universo periodístico¹⁶, entendido sistémicamente. Sin contar con que la aceptación de tal reduccionismo -tan extendido, por desgracia-, en la medida en que atribuye las dolencias del periodismo a factores externos y superiores a él, no sólo desalentaría a los periodistas a enfrentarlas y corregirlas, sino que hasta los exoneraría de hacerlo, cual es su responsabilidad, en una actitud de cómoda impotencia frente a la propia ignorancia y de fácil sumisión a los designios que trazan otros, esos sí dueños del conocimiento y por ende del control.

Valga en este punto ilustrar con un ejemplo hipotético la manera como el capital cultural y las relaciones de campo determinan la calidad del trabajo periodístico en la práctica: un periodista se encuentra con una noticia de interés social, cuya publicación, por la gravedad de los hechos que refiere, le acarrearía problemas -incluso el despedido- con sus jefes o con los dueños del medio en el que trabaja. Si este periodista es ilustrado y diestro en las lides del lenguaje, tendrá la sagacidad de publicar su noticia redactada en unos términos lo suficientemente ambiguos como para eludir la “culpa” frente a sus censores, pero lo suficientemente explícitos como para abrir el debate y el escrutinio públicos en torno al asunto objeto de su noticia. Pero si esta forma de proceder puede resultarle todavía riesgosa, cuenta con otra alternativa, como lo es confiarle la información a otro periodista (mediante la extensión del secreto profesional y en uso y beneficio de un cierto tipo de

15 Ibídem. P.59.

16 Ibídem. P.57 y siguientes.

relación de colegaje que da la *par condicio* de la que gozan quienes detentan un capital cultural análogo dentro del campo) vinculado a otro medio dispuesto a publicarla, sin importarle renunciar a la autoría de una primicia que, en el marco de la función social del periodismo, carece de valor (o tiene sólo un valor comercial, no periodístico) frente a la prevalencia del derecho a la información que tiene la sociedad (ese sí un altísimo valor periodístico), de lo cual este periodista es conciente por su formación y su capital cultural. De contera, la notoriedad mediática, inmediata y fugaz que “pierde” (más preciso sería decir que deja de ganar) entre su público, la obtiene con creces entre sus homólogos, o sea, dentro del campo, acompañada del reconocimiento, el respeto y la emulación que le granjean en el largo plazo.

Si ese periodista, por el contrario, tiene un bajo capital cultural y consecuentemente goza de poco o ningún reconocimiento como par dentro del campo, probablemente no tendrá otra opción sino

abstenerse de publicar su noticia, con el perjuicio que tal omisión ocasionará a la sociedad que le ha confiado la misión de informarla (bueno, si su capital cultural es tan bajo probablemente no le habría alcanzado ni siquiera para detectar tal noticia, o, habiéndola detectado, no habría tenido el criterio suficiente para dimensionar su importancia, la habría subestimado, descontextualizado, miniaturizado o, incluso, desechado y, entonces, nunca habría estado en esta encrucijada... La completa ausencia de capital cultural, en el extremo, impide a su desposeído siquiera ingresar al campo).

El campo periodístico es una estructura invisible¹⁷ que se imbrica con otras (la estructura política, la organización económica, el ordenamiento jurídico, etc.) que lo nutren o lo contaminan, lo constriñen o lo liberan, pero no de manera directa ni absoluta, pues el campo periodístico tiene, como los otros, su propia tradición, larga o corta; su propio saber específico, muy consolidado o apenas en construcción; sus propias reglas, más o menos



17 Ibidem.

explícitas y aceptadas; y su propia lógica, más o menos razonable y apropiada para los objetivos que persigue el campo; en últimas, oscila entre la autonomía y la heteronomía frente a los otros campos de producción cultural, de todo lo cual depende ingentemente su configuración y su impacto social.

La autonomía periodística

La teoría del campo periodístico -que, como ya se ha dicho, enriquece, complejiza y replantea la idea de agremiación- trae aparejada una nueva comprensión del problema de la autonomía periodística, la cual apenas se ha mencionado aquí y explicado sólo en algunos de sus alcances. La autonomía, entendida desde esta perspectiva teórica, saca de su idealismo y su anquilosamiento a las tradicionales y manidas concepciones en torno a una defendida y supuesta “independencia” de los medios y de los periodistas, en atención a la cual éstos deberían actuar “por-encima-del-bien-y-del-mal”, desde una especie de inexistente burbuja divina, aséptica, que garantizaría la objetividad de la información, a salvo de toda bajeza humana o terrenal, cuando es evidente que tales condiciones no sólo no existen sino que no es dable ni deseable que existan jamás, lo cual no significa que la alternativa sea la resignación y la renuncia a un margen de acción y de decisión autónomo, como también se ha expuesto.

La autonomía se refiere, ante todo, a la posibilidad de actuar de acuerdo a la propia conciencia, lo cual incluye la adopción de una postura ética e ideológica, expresa y clara, frente a las diferentes facetas del devenir social. No se refiere, por tanto, a un imposible desprendimiento de la vida política y económica frente a la cual, por el contrario, es necesario que, autónomamente, el periodista fije un punto de vista congruente con sus principios. A una declaración de independencia mal entendida procede una abjuración de tal naturaleza que se queda en la

simulación¹⁸ o en la producción de un tipo de periodismo “políticamente correcto”¹⁹, esto es, epidérmico, complaciente y, por tanto, inocuo, que a muchos llama la atención pero que a nadie importa realmente porque a nadie perjudica ni a nadie beneficia, a todos deja intactos sus esquemas mentales elementales. Nada está tan llamado a ser político como el periodismo en tanto que su función dentro de la democracia es una función justamente de carácter político, que consiste en difundir la información, insumo de la democracia misma.

Si el campo periodístico está integrado por unas instituciones (medios o empresas informativas) y por unos actores (periodistas) que en ellas trabajan, entonces puede decirse que la tensión autonomía-heteronomía periodísticas se replica estructuralmente a tres escalas: primera, en el campo; segunda, en el medio; y tercera, en el periodista. El análisis comparativo de estas tensiones requiere de una mirada proporcional al mismo nivel jerárquico, dado que un campo es autónomo o heterónimo frente a otros campos, la medida de autonomía de un medio se da en la confrontación con los otros medios, y un periodista es más o menos autónomo por el tipo de relaciones simbólicas que establece con los otros periodistas.

En lo concerniente a la relación del campo periodístico con otros campos, hay que anotar que *“El campo del periodismo tiene una particularidad: depende mucho más de las fuerzas externas que cualquier otro campo de producción cultural, como el de las matemáticas, el de la literatura, el jurídico, el científico, etcé-*

18 Al respecto, véase el análisis de Hernán Toro sobre las operaciones discursivas practicadas en el periodismo para lograr el efecto ilusorio de objetividad y otros efectos conexos. En: **Toro**, Hernán. *Los animales sólo viven en el presente*. Editorial Universidad del Valle. Santiago de Cali, 1997. Pp.23-33.

19 En obediencia al llamado “código de corrección política” (una de las improntas del modelo periodístico norteamericano más ampliamente adoptada en el mundo y cuyo origen se remonta a la Guerra de Secesión) la información debe ser desideologizada y esterilizada para que así, limada de sus asperezas, ya de fácil consumo para todos, amplíe su número de compradores, es decir, se incremente el *rating* o la circulación del medio. Detrás de un supuesto respeto a la diversidad de toda índole, se encubre la intrusión de la lógica del mercado y la imposición de sus leyes al campo periodístico. En esta aparente despolitización de la información y del público, subyacen también, paradójicamente, intereses hartos políticos. No se ahondará más aquí en ello, pero al respecto se recomienda ver: **Colombo**, F. Op. cit. Pp.9-23 y **Bourdieu**, P. Op. cit. Pp.63-70. También: **Eco**, Umberto. *Sobre la prensa*. En: *Cinco escritos morales*. Editorial Lumen. Barcelona, 1997. P.75 y siguientes.

*tera. Depende muy directamente de la demanda, está sometido a la sanción del mercado, del plebiscito, incluso más que el campo político*²⁰. Pero al mismo tiempo, “*actualmente todos los campos de producción cultural están sometidos a la coerción estructural del campo periodístico, y no de éste o aquél periodista, de tal o cual director de*

cadena, a su vez superados por las fuerzas del campo. Y esta coerción tiene unos efectos sistemáticos absolutamente equivalentes en todos los campos. En otras palabras, un campo cada vez más dominado por la lógica comercial impone una creciente coerción sobre los demás universos.”²¹

En lo que se refiere a la dinámica interna del campo, las relaciones simbólicas dentro del campo -esto es, las pugnas por el poder, las rivalidades y alianzas que se establecen para obtenerlos se activan porque los actores del campo ponen en juego unos saberes de los que se derivan unos valores profesionales reconocidos como los valores legítimos del campo y unas acciones concretas propias de la profesión. Es por la proyección de estos valores y por el efecto de estas acciones que se determinan las posiciones de dominantes y de dominados dentro del juego que se ejecuta en el campo. Son dominantes aquellos agentes que, luego de un proceso de experimentación e innovación, imponen a los otros las reglas del juego (lo que vale en el ejercicio de la profesión), los modos de actuar (de ejercer la profesión); y son dominados los que aceptan ese dictado al aprender de los dominantes, al observar las reglas que éstos proponen y al emularlos, corolario del reco-

Si las relaciones de dominación dentro del campo tienen consecuencias reales en el trabajo periodístico, entonces éstas tienen que ser perceptibles, por ejemplo, en los contenidos publicados por los medios y en el tratamiento informativo de que son objeto, todo lo cual se conoce teóricamente como *agenda*.

nocimiento de su superioridad²².

De tal suerte -y para hacerlo más claro-, dentro del campo periodístico, hay periodistas y medios de comunicación que, sistemática y concienzudamente, desarrollan y proponen unos ciertos temas, unos ciertos tratamientos y, en fin, unas ciertas formas innovadoras de hacer periodismo que, al hacerse visibles y demos-

trar sus virtudes, se convierten en referente paradigmático para otros medios y otros periodistas que, de manera consciente o inconsciente, los imitan porque los reconocen como un modelo a seguir. Los primeros son dominantes y los segundos dominados. Desde luego que todos querrían “ganar la talla” de la baraja, pasar del sitio subordinado al dominante, y aunque la lucha dentro del campo consiste justamente en tratar de reconfigurar el “cuadro de posiciones” -lo que se produce cíclicamente- no se puede suprimir la naturaleza de juego, pues quien llegue a dominar dentro del campo lo habrá hecho por las vías reglamentarias preexistentes, y probablemente con el propósito de cambiar las reglas, pero no para abolirlas, pues en ausencia de reglas tampoco hay juego y, entonces, ya no habría ni dominantes ni dominados... Este campo de fuerzas exige que quien quiera participar en el juego debe conocer y manejar las reglas del juego, así sea para modificarlas.

Si las relaciones de dominación dentro del campo tienen consecuencias reales en el trabajo periodístico, entonces éstas tienen que ser perceptibles, por ejemplo, en los contenidos publicados por los medios y en el tratamiento informativo de que son objeto, todo lo cual se conoce teóricamente como *agenda*. El intento de hacer una constatación empírica de tal naturaleza impone la necesidad de abordar conceptualmente el problema de la agenda periodística y sus repercusiones, específicamente en el mundo mediático.

20 Bourdieu, P. Op. cit. P.77

21 Ibídem. P.81

22 Véase la explicación extensa en: Bourdieu, P. Op.cit. y otras de sus obras anteriores.

Agenda periodística y canibalismo mediático

Como una evolución del funcionalismo, las investigaciones que desembocaron en la propuesta de la teoría *agenda-setting*²³ intentaron descubrir los procedimientos mediante los cuales los contenidos que los medios ponen en circulación inciden en la vida social, asunto que, en el marco de la democracia, reviste hondo interés, particularmente por sus implicaciones directas o indirectas en las preocupaciones y acciones gubernamentales. Se trata de determinar en qué consiste la llamada “influencia del periodismo”, más allá de los mitos y estereotipos que, desde una concepción mecanicista, inscriben a la prensa como un “cuarto poder”²⁴.

Sintéticamente, los autores de la teoría sostienen que *“como consecuencia de la acción de los periódicos, de la televisión y de los demás medios de información, el público es consciente o ignora, presta atención o descuida, enfatiza o pasa por alto, elementos específicos de los escenarios públicos. La gente tiende a incluir o a excluir de sus propios conocimientos lo que los media incluyen o excluyen de su propio contenido. El público además tiende a asignar a lo que incluye una importancia que refleja el énfasis atribuido por los mass media a los acontecimientos, a los problemas, a las personas”*²⁵. Esta es la proposición desde un primer nivel de análisis de la teoría.

Posteriormente, en los años recientes, la teoría presenta un avance hacia un segundo nivel de análisis: *“Si bien es cierto que hay una transmisión de temas u objetos, éstos tienen numerosos atributos; aquellas características que completan el cuadro en nuestras mentes. A la vez, así como hay temas más relevantes, también hay atributos con mayor jerarquía. Cuando los medios de comunicación describen un acontecimiento, dan más importancia a ciertos atributos que a otros o mencionan algunos con más o menos frecuencia. Precisamente, en eso se basa el “segundo nivel de la agenda”; en la transmisión de esos atributos con jerarquía desde los medios de comunicación hacia la agenda pública. Las implicancias de este segundo nivel se revelan en la posibilidad de que los medios no sólo determinan sobre qué pensar, sino también qué y cómo pensar sobre algo”*.²⁶

Esta capacidad de influir sobre la opinión pública sería un verdadero problema *“si fuese verdad que los periodistas no son más que los relacionistas públicos de la clase dirigente (establishment). En este caso, habría que despedirlos a todos”*.²⁷

Los dos niveles de análisis propuestos por la teoría, sugieren, respectivamente, dos dimensiones de la información: su contenido (el *qué*: el hecho al que se refiere) y su tratamiento (el *cómo*: el punto de vista ideológico desde el cual se aborda el hecho). En cuanto a la primera, sobre la selección y descarte de temas para publicar, el margen de decisión del periodista -sin excluir que éste depende en buena medida de sus competen-

23 Como una evolución del funcionalismo, la teoría *agenda-setting* nace a principios de los setentas como el resultado de las investigaciones emprendidas por Maxwell McCombs y Donald Shaw. El texto fundacional de la teoría aparece como artículo en *Public Opinion Quarterly*, vol.36, primavera de 1972. Pp.176-187.

24 La revaluada idea del periodismo como un “cuarto poder” (idea heredada de la Revolución Francesa) entraña el peligro de identificar a los medios y a los periodistas como soldados de una fuerza alineada al lado de los otros tres poderes tradicionales del Estado (ejecutivo, legislativo y judicial), cuando en el marco de la democracia moderna el sentido ético del periodismo, en tanto servicio público en defensa de los derechos ciudadanos, consiste en ser lo contrario del poder, ser un contrapoder. Ver: **Restrepo**, Javier Darío. *El mito del cuarto poder* (columna del defensor del lector). En: diario El Tiempo, domingo 28 de junio de 1998. P.2-A.

25 **Shaw**, E. *Agenda-Setting and Mass Communication Theory*. En: *Gazette* (International Journal for Mass Communication Studies). Vol. XXV, n.2. Pp.96-105. Citado por: Wolf, Mauro. *La investigación de la comunicación de masas*. Paidós. Barcelona, 1996. P.163.

26 **Leiva**, Paulina. Entrevista a Maxwell McCombs. *“Hay que reinventar la noticia”*. En: Cuadernos de información, No.12. Pontificia Universidad Católica de Chile. Santiago de Chile, 1997. P.28.

27 **McCombs**, Maxwell. Entrevistado por Leiva, P. Op. cit. Pp.27-28. McCombs hace el comentario en tono jocoso, puesto que se refiere a los periodistas en un contexto de fuerte autonomía del campo periodístico, donde los periodistas son algo más que lacayos del establecimiento.

cias, como ya se ha explicado- es menor que en la segunda dimensión. Hay temas que es inevitable cubrir, que no pueden ser eludidos por ningún periodista ni por ningún medio, como, por ejemplo, un desastre natural, un atentado terrorista o la visita de un dignatario extranjero, temas que entran a configurar eso que podría llamarse “la agenda obligada”, que incluye asuntos de incuestionable interés para la opinión pública, al margen de las preferencias del reportero o de la empresa informativa.

La diferencia puede estribar en la segunda dimensión, en el tratamiento informativo, aspecto en el que el periodista y su medio sí están en mayor capacidad para marcar la diferencia frente a otros: ¿qué fuentes se deben consultar? ¿qué debo preguntarles? ¿cuánto tiempo o espacio le voy a dedicar a este asunto? ¿en qué página o franja del medio voy a ubicarlo? ¿qué género periodístico y qué tono voy a emplear para tratar este tema? Son algunas de las preguntas en cuyas respuestas el periodista y el medio empeñan a diario todo su capital cultural, abundante o escaso; su consecuente visión del mundo, simple o compleja; su postura ideológica y ética.

Si -como se ha señalado- la posición de un agente dentro del campo depende de sus competencias, y si -como también se ha dicho- los agentes dominantes dictan a los dominados sus formas de actuar, entonces es posible que, en lo que concierne al campo periodístico, existan unos medios y unos periodistas que, simbólicamente, le impongan a otros la agenda informativa, y otros medios y periodistas que, subordinados, la sustraigan de los primeros. En esta suerte de canibalismo mediático, unos medios de comunicación se alimentan de otros, obtienen su información de otros a los que les sirven de caja de resonancia. De esta manera, contrario a lo que se cree, “*la competencia ha disminuido la diversidad*”²⁸, no sólo por el efec-

to de la progresiva concentración de la propiedad de los medios favorecida por la misma competencia, sino como resultado de la “*circulación circular de la información*”²⁹, ese juego de espejos en que se convierte la dinámica de la competición dentro del campo, como consecuencia de la cual unos medios y unos periodistas reproducen lo que “originalmente” hacen otros, dominantes dentro del campo:

“*Para los periodistas, la lectura de los periódicos es una actividad imprescindible y la revista de prensa un instrumento de trabajo: para saber lo que uno va a decir hay que saber lo que han dicho los demás. Éste es uno de los mecanismos a través de los cuales se genera la homogeneidad de los productos propuestos (...)* Forma parte de las exigencias tácitas de la profesión”³⁰. Por ello, “*las portadas de los diarios están hechos con las noticias de los noticieros televisivos de la noche anterior (... y se considera que) un hecho es verdadero no porque corresponda a criterios objetivos, rigurosos y verificados por una fuente fidedigna, sino simplemente porque otros medios repiten las mismas afirmaciones y las ‘confirman’ (...)*”³¹

Campo periodístico, tradición y subcampos

Contrario a lo que se cree,
la competencia ha disminuido la diversidad, no sólo por el efecto de la progresiva concentración de la propiedad de los medios favorecida por la misma competencia, sino como resultado de la *circulación circular de la información*.

Si, como se ha señalado aquí, hay campos de producción cultural más autónomos que otros, y si, como también se ha dicho, ello depende en buena medida del capital cultural contenido en cada campo, es necesario apuntar que esa diferencia de autonomías y de capitales se relaciona con la

28 McCombs, M. Op.cit P.28

29 Bourdieu, P. Op.cit. P.30 y siguientes.

30 Ibídem. Pp.31-32

31 Ramonet, Ignacio. *Informarse fatiga*. En: Le Monde Diplomatique. Julio de 1999. P.40.

tradición de cada campo, esto es, la historia del mismo, su trayectoria, a lo largo de la cual ha acumulado un acervo cultural que le provee los argumentos necesarios y suficientes para resistir la intervención de otros campos y de otros intereses pue-

tos en juego dentro de la dinámica social. Si hoy los campos de la física o de la literatura, por ejemplo, gozan de una fuerte autonomía, ésta ha sido ganada a lo largo de los siglos de historia que aún el campo del periodismo no ha recorrido. Pero no siempre los campos de las ciencias naturales o del arte fueron tan autónomos como en la actualidad: son ya conocidas las historias de escritores o científicos quienes, en los albores de la consolidación de sus capitales específicos y de sus campos, pagaron incluso con sus vidas la osadía de sus aportes al conocimiento específico de sus campos, por la persecución de que fueron blanco por otros campos, particularmente del político y del religioso (v. gr. Nicolás Copérnico, Galileo Galilei, Giordano Bruno...)

Estos episodios y personajes del Renacimiento no se mencionan aquí con el propósito de descubrir un secreto vínculo histórico entre estos “mártires de la ciencia” y los muchos o pocos periodistas que, en tiempos recientes, también han sido inmolados en cumplimiento de sus deberes, sino para subrayar que el estado actual de subordinación del campo periodístico a la actividad comercial obedece en gran medida a la corta trayectoria del periodismo como campo cultural y, consecuentemente, como saber específico.

Si el campo periodístico está conformado por los medios de comunicación que se dedican a la actividad de informar, entonces cada tipo particular de medio constituye un subcampo (con tradición y capital cultural propios) dentro del campo, a saber, en orden de su aparición histórica: el subcampo de la prensa (que incluye a las revistas y demás impresos de circulación periódica), el subcampo de la radio (más exactamente, de los informativos radiales diarios) y el subcampo de la tele-

Si hoy los campos de la física o de la literatura, por ejemplo, gozan de una fuerte autonomía, ésta ha sido ganada a lo largo de los siglos de historia que aún el campo del periodismo no ha recorrido.

visión (los telenoticieros, magazines, programas de opinión)³².

Como medio fundador y más antiguo del campo periodístico, la prensa es el subcampo de más larga tradición, por tanto, depositario del más alto capital cultural entre todos los medios

y, en consecuencia y presumiblemente, dominante en el campo. Entonces la prensa impondría la agenda periodística a la radio y a la televisión. Se supondría entonces que es la prensa la que alimenta de información a los otros medios, y los periodistas de prensa los que “inspiran” a los de los medios electrónicos. Lo anterior puede ser cierto en lo que se refiere a ese segundo nivel de análisis de la teoría *agenda-setting*, es decir, en lo que se refiere a los tratamientos informativos, a los enfoques, muchos de los cuales suelen ser sugeridos inicialmente por la prensa. Es cierto también que los principios fundamentales del periodismo -aún vigentes- son heredados de la experiencia de la prensa. Y es cierto también que, en sus inicios, la radio y la televisión facturaban sus realizaciones más con una lógica prestada de la cultura letrada (propia de la prensa) que a partir de sus propios lenguajes (el sonoro y el audiovisual, respectivamente). Pero no es cierto que

32 Podría discutirse si los portales de internet conforman otro subcampo o, acaso, por su calidad audiovisual, están incluidos en el subcampo de la televisión ahora ampliado hacia los nuevos medios electrónicos. Pero las páginas *Web* son también -y sobre todo- soporte de información escrita, y, adicionalmente, puesto que los periódicos impresos transmiten también por la red la misma información que publican en papel, entonces los medios de internet deberían incluirse en el subcampo de la prensa. La discusión se deja hasta aquí planteada porque su resolución tendría que estar precedida por una reflexión muy seria y una investigación aparte en torno a la verdadera naturaleza de estos nuevos medios que -valga la especulación- tienen ya una cierta capacidad de influir en la agenda periodística, una capacidad que se incrementa en la medida en que aumenta el acceso social a internet y el uso de la información que proporciona. Por ahora sólo se tendrán en cuenta los tres medios “tradicionales”, por llamar de algún modo a la prensa, la radio y la televisión.

sea la prensa la primera en hablar de los temas, por la simple razón de que su condición técnica la inhibe para la inmediatez de la información, posibilidad privativa de los medios electrónicos. Puesto que no se pueden hacer transmisiones en directo a través de los periódicos, el valor agregado de la prensa parece estar en sus posibilidades del análisis “en frío” y en profundidad de los temas que ya han sido mencionados por los medios electrónicos.

Según lo anterior, entonces, la radio y la televisión proponen primero los temas de la agenda periodística y la prensa se encarga, en una segunda fase, de analizar, profundizar y contextualizar esos temas: “los medios electrónicos lo dicen primero pero la prensa lo dice mejor”, sería la consigna. Sin embargo, de la aceptación de la anterior premisa, como si fuera un dogma, se desprende una división del trabajo periodístico sobre la base de un criterio meramente técnico, en razón del cual, entonces, la radio y la televisión, reducidos a su papel puramente instrumental, renuncian a su posibilidad de hacer un periodismo profundo, de calidad, porque, se supone, para eso están los diarios y las revistas. Este empobrecimiento del papel desempeñado por los subcampos radial y televisivo se relaciona, más que con sus ventajas tecnológicas, con sus desventajas dentro de la tradición del campo y, por tanto, con el escaso capital cultural de los periodistas de radio y televisión, quienes, con lo poco que saben, poco pueden aportarle al trabajo que “suficientemente bien” desempeñan los aparatos de transmisión.

La aparente ventaja de la televisión para imponer los temas de la agenda dentro del campo, se relaciona también con las intrusiones de otros campos -particularmente del comercial- como consecuencia de las cuales la televisión, sometida al veredicto del mercado (el *rating*) da prelación a los temas visibles (recreables con imágenes, ojalá im-

pactantes para la audiencia) en detrimento de los temas “huérfanos de imágenes”³³ que, no por su irrelevancia sino por su orfandad, quedan marginados de la agenda o minimizados dentro de ella y, como consecuencia, proscritos de la discusión pública o reducidos a sus mínimas expresiones (por ejemplo, los temas económicos, tan importantes pero tan “áridos”, tan poco telegénicos). De tal suerte, se produce otro efecto colateral de la intrusión comercial, que es la “espectacularización” de aquello que en su estado de hecho bruto (antes de la selección periodística) es de naturaleza “aburrida” o “poco llamativa”. La incursión de la televisión dentro del campo y, por su intermedio, de la lógica del mercado, ha obligado a los otros medios a seguirla y, en ese camino, a convertir la información en una mercancía cuyo precio se cotiza por su número de compradores que, a su vez, se incrementa en proporción a lo sensacional que sea la información ofrecida³⁴ (la información va perdiendo así su carácter de derecho fundamental dentro de las sociedades democráticas para mutarse en artículo de “buena” o “mala” calidad, según el poder adquisitivo de quien lo compre). En una carrera pactada desde estos términos extraperiodísticos, la radio quedaría entonces como la más grave damnificada: ni cuenta con la “seriedad” de la prensa ni goza del “brillo” de la televisión.

La lucha de los agentes dentro del campo periodístico y los saldos que van quedando de esa lucha (los temas que entran a o salen de la agenda informativa diaria) puede darse desde los saberes y desde las lógi-

En una carrera pactada desde estos términos extraperiodísticos, la radio quedaría entonces como la más grave damnificada: ni cuenta con la “seriedad” de la prensa ni goza del “brillo” de la televisión.

33 Ramonet, I. Op.cit. También Eco U., Bourdieu P., Colombo P. (en las obras citadas) y otros autores coinciden en esta observación y en las otras de este apartado.

34 Además de los autores ya citados, véase también Baudrillard, Jean. *El crimen perfecto*. Anagrama. Barcelona, 1997. Pp.91-117; y el artículo de Rozas, Eliana. *La selección noticiosa, entre la importancia y el interés*. En: Cuadernos de información No.12. Universidad Católica de Chile. Santiago de Chile, 1997. Pp.20-25.

cas propias del campo, o desde la lógica impuesta por otros campos si en ello transigen los periodistas cuando, desprovistos de capital y de reconocimiento desde los valores periodísticos, ceden a las seducciones de una popularidad comercial ajena al valor intrínseco del periodismo. Todo lo anterior señala la importancia que el capital cultural del campo periodístico y su distribución tienen en la configuración de la agenda periodística y en la orientación de la opinión pública. Desde esta perspectiva, el análisis del comportamiento de los medios, tal como lo sugirió Harold Lasswell con su célebre y criticado paradigma (*¿Quién dice qué por qué canal a quién y con qué efecto?*)³⁵, encuentra, medio siglo después, un nuevo sentido: los tres primeros interrogantes se referirían ya no a la propiedad de los medios de comunicación y las intenciones de los propietarios reflejadas en los contenidos de la información difundida por cada medio, sino que aludirían, respectivamente, a los periodistas y su capital cultural, determinante de las agendas mediáticas en cada subcampo.

El estudio del campo periodístico

Sobre la base del marco conceptual propuesto, un estudio empírico sobre el estado del periodismo en un momento histórico dado y dentro de un contexto geográfico delimitado, sería un estudio tendiente a determinar:

1. La especificidad de la profesión periodística en la sociedad continente del campo periodístico estudiado. Esa especificidad, desde la lógica funcionalista de la división del trabajo, está dada por la exclusividad con que los agentes del campo se dedican a la labor periodística, o sea, por la posibilidad que éstos tienen de subsistir únicamente de su trabajo como empresas informativas o como periodistas.

2. La cantidad y la calidad del capital cultural específico apropiado por el campo y la distribución -más o menos equitativa- de ese capital entre los agentes del campo. Se puede medir y calificar el capital cultural específico del campo en términos del grado de escolaridad promedio y el tipo de formación prevaleciente entre los agentes del campo en su conjunto, y en cada subcampo y en cada actor independientemente, comparado con los hallazgos globales.

3. Las relaciones simbólicas de fuerza establecidas dentro del campo y evidenciadas en los temas que conforman la agenda de cada medio de comunicación, en el orden cronológico en que aparecen esos mismos temas en cada medio y en las variaciones diferenciales secuenciales de los tratamientos y enfoques que cada medio da a un tema desde que éste es enunciado por primera vez por un medio hasta que termina su recorrido por todos los demás y “se agota”.

Una aproximación empírica sobre esta base teórica, permitiría elucidar, al menos inicialmente, cuál es su grado de especialización, cuál es la magnitud y distribución de su capital cultural, y, en últimas -y como consecuencia de todo lo anterior-, cuál es el grado de autonomía del que puede gozar un campo periodístico determinado

35 Lasswell, Harold. *The structure and function of communication in society*. En: Bryson, L. (comp.). *The communication of ideas*. Harper. New York, 1948. Citado por: Mattelart, A. y M. Op. cit. P.30.



Bibliografía

- Arendt**, Hannah. *La condición humana*. Paidós. Barcelona, 1992.
- Balle**, Francis. *Comunicación y sociedad. Evolución y análisis comparativo de los medios*. Tercer Mundo Editores. Bogotá, 1991.
- Baudrillard**, Jean. *El crimen perfecto*. Anagrama. Barcelona, 1997.
- Bourdieu**, Pierre. *Sobre la televisión*. Anagrama. Barcelona, 1997.
- Colombo**, Furio. *Últimas noticias sobre el periodismo. Manual de periodismo internacional*. Anagrama. Barcelona, 1997.
- Derieux**, Emmanuel. *Cuestiones ético-jurídicas de la información*. Ediciones Universidad de Navarra S.A. Pamplona, 1983.
- Durkheim**, Emile. *La división del trabajo social*. Editorial Schapire. Buenos Aires, 1967.
- Eco**, Umberto. *Cinco escritos morales*. (Cap: *Sobre la prensa*) Editorial Lumen. Barcelona, 1997.
- Gramsci**, Antonio. *La formación de los intelectuales*. Editorial Grijalbo. México, 1987. P.21.
- Honorable Corte Constitucional De La República De Colombia**. Sentencia C-087 del 18 de marzo de 1998. Y **Cifuentes Muñoz**, Eduardo. Aclaración de voto adjunta.
- Lasswell**, Harold. *The structure and function of communication in society*. En: **Bryson**, L. (comp.). *The communication of ideas*. Harper. New York, 1948.
- Leiva**, Paulina. Entrevista a Maxwell McCombs. “Hay que reinventar la noticia”. En: *Cuadernos de información*, No.12. Pontificia Universidad Católica de Chile. Santiago de Chile, 1997.
- McCombs**, Maxwell y **Shaw**, Donald. *The agenda-setting functions of the mass media*. En: *Public Opinion Quarterly*, vol.36, primavera de 1972.
- Mattelart**, Armand y Michèle. *Historia de las teorías de la comunicación*. Paidós. Barcelona, 1998.
- Pulitzer**, Joseph. *Planeando una escuela de periodismo*. En: *Alma Mater. Colección documentos No.3*, editado por la Universidad de Antioquia. Medellín, abril de 1999. (Publicado originalmente en: *The North American Review*, mayo de 1904).
- Ramonet**, Ignacio. *Informarse fatiga*. En: *Le Monde Diplomatique*. Julio de 1999. P.40.
- Rozas**, Eliana. *La selección noticiosa, entre la importancia y el interés*. En: *Cuadernos de información No.12*. Universidad Católica de Chile. Santiago de Chile, 1997.
- Shaw**, E. *Agenda-Setting and Mass Communication Theory*. En: *Gazette (International Journal for Mass Communication Studies)*. Vol. XXV, n.2.
- Toro**, Hernán. *Los animales sólo viven en el presente*. Editorial Universidad del Valle. Santiago de Cali, 1997.
- Wolf**, Mauro. *La investigación de la comunicación de masas*. Paidós. Barcelona, 1996.