

# La objetividad como ritual estratégico: un análisis de las nociones de objetividad de los periodistas <sup>1</sup>.

Gaye Tuchman

Profesora de la State University of New York at Stony Brook

Traducción de Eva Aladro

Los periodistas analizados creen que pueden mitigar las continuas presiones que sufren, por ejemplo los cierres, posibles procesos penales y reprimendas anticipadas de sus superiores, al poder proclamar que su trabajo es "objetivo". Este artículo examina tres factores que ayudan a un periodista a definir un "hecho objetivo": forma, contenido y relaciones interorganizativas. Muestra que a la hora de discutir el contenido y las relaciones interorganizativas el periodista sólo puede invocar su propio juicio periodístico; en cualquier caso, puede proclamar su objetividad citando procedimientos que ha seguido y que ejemplifican los atributos formales de una noticia o de un periódico. Por ejemplo, el periodista puede sugerir que ha citado a terceras personas en lugar de ofrecer simplemente sus propias opiniones. Este artículo sugiere que la "objetividad" puede verse como ritual estratégico de protección para los periodistas ante los riesgos de su actividad profesional. Se plantea si en otras profesiones no existe también un uso igual del término "objetividad".

**P**ara un sociólogo la palabra "objetividad" está cargada de significados. Invoca a la filosofía, nociones de ciencia e ideas del profesionalismo. Conjura los fantasmas de Durkheim y de Weber, recordándonos las disputas en las revistas académicas acerca de la naturaleza del "hecho social" y la expresión "libre de valores".

La frecuente insistencia del sociólogo en la objetividad no es algo exclusivo de su profesión. Médicos y abogados declaran que la objetividad es la postura adecuada para con sus clientes. Para los periodistas, como para los sociólogos <sup>2</sup>, el término "objetividad" se alza como un rompeolas entre ellos mismos y las críticas. Cuando se les ataca porque han hecho una presentación de los "hechos" controvertida, los periodistas invocan su objetividad casi del mismo modo en que un campesino mediterráneo se cuelga una ristra de ajos del cuello para ahuyentar a los malos espíritus.

Los periodistas deben ser capaces de invocar algún concepto de objetividad para procesar hechos de la realidad social. Este artículo examinará tres factores que influyen en la noción periodística de objetividad: forma, relaciones interorganizativas, y contenido. Entiendo por forma aquellos atributos de las noticias y periódicos que ejemplifican procedimientos informativos, como es el caso del uso de las comillas.

Por contenido quiero indicar aquellas nociones de la realidad social que los periodistas dan por sentadas. El contenido también está relacionado con las relaciones interorganizativas del periodista, porque sus experiencias con esas organizaciones le conducen a dar por sentadas ciertas cosas acerca de ellas. Finalmente, sugeriré que el manejo correcto de una historia, es decir, el uso de ciertos procedimientos discernibles para el consumidor de noticias, protege al periodista de los riesgos de su actividad profesional, incluyendo las críticas.

Everett Hughes (1964) sugiere que los procedimientos que sirven para este propósito pueden considerarse "rituales". Un ritual es descrito como un procedimiento rutinario que tiene relativamente poca o tangencial importancia para el fin buscado. Frecuentemente adherirse a un ritual es un acto compulsivo. Que un procedimiento de este tipo pueda ser el mejor medio conocido de conseguir el fin buscado no implica que no podamos caracterizarlo como ritual. Por ejemplo, la práctica médica de la sangría para "curar" la fiebre, que se hacía en el siglo dieciocho, puede ser contemplada como un "ritual" <sup>3</sup>. En tanto que los periodistas invocan procedimientos rituales para desviar las potenciales críticas y para seguir las rutinas circunscritas a los "límites cognitivos de la racionalidad", también usan "estrategias" de representación (March y Simon 1967, pp. 137, 142). El término "estrategia" denota tácticas usadas ofensivamente para anticiparse a un ataque o defensivamente para desviar las críticas <sup>4</sup>. La objetividad como ritual estratégico puede ser usada por otros profesionales para defenderse de los asedios críticos.

Este artículo cita diez historias periodísticas. Nueve de ellas provienen de anotaciones de campo que recopilé como observadora participante en un periódico diario metropolitano, con una tirada de unos 250.000 ejemplares <sup>5</sup>. La décima historia proviene de un libro sobre la práctica periodística (Rivers 1967). En seis de los relatos los periodistas critican el trabajo de colegas; en una, un periodista critica a un reportero de otro periódico. El énfasis en la crítica es en parte resultado de los métodos utilizados. Como observadora participante, intenté hacer las menos preguntas posibles. Este hecho es especialmente importante en la observación de los redactores jefes durante el mucho tiempo de la jornada que pasaban enterrados entre redacciones de noticias.

Cuando elogiaban un artículo ante otro no expresaban sus razones para el elogio. Cuando una información les disgustaba proporcionaban muchas razones para rechazarla. Esas razones fueron grabadas cuidadosamente, y así dichas grabaciones son necesariamente más exactas que las imputaciones al respecto de lo que estaba "bien" en una "buena" historia. No criticaron demasiadas noticias; las exposiciones extensas sobre los fallos en una noticia, realizadas espontáneamente, resultaron escasas y lejanas entre sí. De todos modos las categorías de las evaluaciones negativas que generaron me aportaron intuiciones sobre la apreciación de los relatos "buenos" o bien hechos. La discusión de la "presentación de posibilidades en conflicto" se ha construido a partir de estas categorías negativas así como a partir de las afirmaciones "positivas" de los informantes.

I

A diferencia de los sociólogos, los periodistas tienen un repertorio limitado con el cual definir y defender su objetividad. En términos de Radin (1957, 1960) el sociólogo es un "pensador"; el periodista es un "hombre de acción". Es decir, el sociólogo puede enfrascarse en la reflexión analítica epistemológica (Schutz 1962, pp. 245 y ss.), pero el periodista no puede. El informador ha de decidir inmediatamente la validez, fiabilidad y "verdad" de algo para abordar los problemas que impone la naturaleza de su trabajo -el procesamiento de la información que llamamos noticia, un producto de consumo fungible que se elabora diariamente-. El procesamiento de las noticias no deja tiempo para una reflexión y análisis epistemológico. De todas maneras, los periodistas necesitan alguna noción eficaz de objetividad que minimice los riesgos que los cierres, las demandas judiciales o las reprimendas de los superiores imponen.

A menos que el periodista desarrolle un trabajo de investigación más extenso, normalmente dispone de menos de un día para familiarizarse con el contexto de una historia, para reunir información, y redactar la noticia <sup>6</sup>. El reportero sabe que su trabajo escrito ha de pasar por toda una cadena organizativa de redactores y editores jerárquicamente ordenados. Como explican espontáneamente los periodistas, redactar una noticia implica "saber por experiencia". El reportero ha de saber por experiencia lo que hará el redactor o el asistente del redactor que reescriba el texto que él envíe; el redactor ha de saber lo que hará el redactor jefe; el redactor jefe lo que hará el director de la edición y el director del diario; estos directores, lo que hará el presidente. El director de edición, el director del periódico y el presidente criticarán la noticia después que ésta ya haya sido publicada.

En el periódico analizado, el asistente al director de edición es el encargado de hacer la valoración informativa final respecto de la redacción de una noticia. Si la información no le gusta, puede criticar al redactor jefe por haberla dejado pasar. El redactor jefe hará algún tipo de comentario al redactor, y así la "bronca" irá bajando sucesivamente la cadena jerárquica. En otras ocasiones, el director de edición simplemente corrige o altera una "mala información" refunfuñando de los subordinados que no hacen bien su trabajo y doblan el trabajo de los editores. En este caso, los subordinados se dan cuenta de que su trabajo ha sido inadecuado al leer el periódico y ver que la noticia impresa no corresponde a lo que ellos han escrito. Las broncas y las correcciones son parte de un sistema de control social (Breed 1955) que afecta potencialmente a la promoción de los periodistas, al mantenimiento de su puesto de trabajo o a la consecución de buenos encargos informativos.

Dos factores resaltan en este proceso de análisis jerárquico y crítica potencial de las informaciones. Un periódico es una colección de muchas noticias. Si hay que rehacer demasiadas de esas noticias, el periódico no cumplirá su hora de cierre de edición y los beneficios se reducirán. Los camiones que lleven el periódico a provincias saldrán tarde; sus conductores pedirán horas extraordinarias. Si una edición se retrasa, la programación de las sucesivas ediciones se verá afectada; los trabajadores de talleres de composición reclamarán horas extras también. Además si las

ediciones de la mañana no llegan a primera hora a los kioscos, los consumidores comprarán el periódico de la competencia que sí ha llegado, y con ello mermarán los beneficios de la empresa. Los periodistas temen entonces que las ventas futuras del periódico puedan peligrar. Si el consumidor de noticias lee el periódico de la competencia puede que lo encuentre "mejor" al de siempre y que cambie su hábito de compra.

Cada noticia periodística es una colección de "hechos" establecidos y estructurados por los periodistas. Los periodistas son responsables de la exactitud de cada uno de esos "hechos". Los "hechos" los leen tanto los consumidores generales de noticias como los consumidores "implicados" en esas noticias (la persona que es citada en la noticia, la que es descrita o de la que se informa). Si un lector implicado ve amenazada su reputación, su negocio, etc., puede demandar al periódico por difamación. Aunque los procesos por difamación son relativamente poco frecuentes, cuando se presentan ponen a la organización informativa en peligro financiero. Al poner en duda la reputación del periódico, el proceso por injurias puede afectar también a la disponibilidad del consumidor para comprar el periódico. También en ese caso afectará el proceso por difamación a la rutina en la redacción porque requerirá que algunas personas de la plantilla declaren en los juzgados <sup>7</sup>.

En suma, cada noticia conlleva peligros para el personal del periódico y para toda la organización informativa. Cada noticia afecta potencialmente a la disponibilidad de los periodistas para cumplir sus tareas diarias, afecta a su solvencia ante sus superiores, y afecta a la posibilidad de que la empresa informativa consiga o no beneficios. Dado que un periódico se compone de muchas noticias, esos peligros se multiplican y hacen omnipresentes:

## II

Los periodistas afrontan estas presiones subrayando su "objetividad", arguyendo que los peligros pueden minimizarse si se siguen unas estrategias informativas que identifican con las "noticias objetivas". Asumen que si todos los periodistas recopilan y estructuran "hechos" de un modo independiente, sin prejuicios e impersonal, los cierres podrán cumplirse y evitarse las demandas por difamación. Los periodistas piensan que la mayoría de la gente comprende la importancia de las horas de cierre, aunque sólo sea por los estereotipos del trabajo periodístico que Hollywood difunde; ellos explican sobre todo al profano los peligros de los juicios por difamación <sup>8</sup>. Hablando sobre sus propias experiencias en juicios de difamación, los periodistas afirmaban que su comportamiento había sido objetivo, pero que habían cometido errores inevitables. En dos palabras, sus comentarios eran: el periodista ha de poner en tela de juicio los hechos recurriendo a las fuentes, pero algunos hechos simplemente han de ser aceptados como "verdaderos" sin más. Si todo tuviera que ser puesto en cuestión llegaríamos a absurdos como el siguiente: Alberto Ramírez y su así denominada esposa Elisa Sonseca Fons llevaron a cabo en la tarde de ayer lo que podría describirse como una fiesta en su generalmente

denominado hogar en honor de una mujer que dice llamarse Longina Berrueco Sonseca y a la que comúnmente se atribuye el ser la tía de la anteriormente descrita como, de acuerdo con su testimonio, señora de la casa".

Los periodistas navegan entre la difamación y el absurdo identificando la "objetividad" con los "hechos" que ellos mismos u otros periodistas observan o que pueden ser verificados. La verificación supone usar o poder hacer uso de procedimientos apropiados como por ejemplo llamar por teléfono a la oficina del Registro Civil para comprobar si Alberto Ramírez es efectivamente el marido de Elisa Sonseca. Si la verificación es necesaria pero no puede conseguirse, los periodistas pueden recurrir a otras estrategias.

### III

Además de verificar "hechos", los cuatro procedimientos estratégicos siguientes, ejemplificados como los atributos formales de una noticia, permiten al periodista proclamar su objetividad.

1.-*Presentación de posibilidades en conflicto.*- Los periodistas han de ser capaces de identificar los "hechos", incluso aunque el carácter auténtico de algunos de ellos no sea fácilmente verificable. Por ejemplo, un senador americano afirma que América va por detrás de la Unión Soviética en el desarrollo de un tipo específico de misil. Un reportero ciertamente no puede comprobar tal afirmación a tiempo para llegar al cierre de su edición, e incluso es posible que jamás pudiera localizar la información precisa para valorar hasta qué punto la afirmación realizada es o no un "hecho". El reportero sólo puede determinar que el senador afirmó "A". Los periodistas entienden que la afirmación "X dijo A" es un "hecho", aunque "A" sea falso.

Esto crea problemas tanto al reportero como a la organización informativa. En primer lugar, el consumidor de noticias lo que quiere es saber si la afirmación "A" es o no un "hecho", y una función de las noticias es decirle al consumidor de noticias lo que quiere y necesita saber. En segundo lugar, dado que la afirmación del senador no puede ser verificada, el consumidor de noticias puede acusar al reportero y a su empresa informativa de parcialidad (o de "favorecer" al senador) si no presenta también la opinión alternativa. Por ejemplo, si el senador es demócrata y el presidente es republicano, el consumidor de noticias puede acusar al periódico de favorecer a los demócratas, pues el único "hecho" mencionado ha sido que el senador demócrata afirma "A". El periodista notará que su capacidad para proclamar su "objetividad" ante las futuras críticas está en peligro.

Aunque el reportero no puede comprobar por sí mismo la verdad de la afirmación del senador, puede buscar a alguien que sí pueda. Por ejemplo, puede preguntar al ministro de defensa republicano si la afirmación del senador es verdadera. Si el ministro de defensa afirma que la acusación del senador es "falsa", el reportero no podrá probar que la afirmación del ministro sea "factual". De todas maneras podrá

escribir que el ministro de defensa afirmó "B". Al presentar ambas reclamaciones de verdad, la "A" del senador y la "B" del ministro de defensa, el periodista podrá afirmar que él es "objetivo", porque presenta "ambos lados de la historia" sin favorecer a un partido político o a persona alguna<sup>9</sup>. Además, al presentar ambas reclamaciones de verdad, el periodista "objetivo" deja supuestamente que sea el consumidor de la noticia quien decida si el senador o el ministro "dicen la verdad".

Decir que esta práctica es un mecanismo para sostener la objetividad es problemático. En este sencillo ejemplo podemos etiquetar dicha práctica diciendo que supone "proporcionar un número suficiente de datos al consumidor de noticias para que decida por sí mismo". El procedimiento puede complicarse cada vez más. Por ejemplo, dentro del argumento "B", el ministro de defensa puede acusar al senador de que está haciendo política con la defensa de la nación. El jefe del estado mayor del ejército, un demócrata, compensará entonces los ataques del ministro de defensa afirmando que es el gobierno republicano quien está poniendo en peligro la seguridad nacional con sus sistemas de inteligencia y su vanidosa postura en el tema del presupuesto militar para el desarrollo armamentístico. Al día siguiente, el presidente de un grupo pacifista de ámbito nacional convocará una rueda de prensa para acusar a los dos partidos en controversia de sobrevalorar el desarrollo armamentístico en detrimento de los esfuerzos diplomáticos para la paz y la seguridad mundial. El ministro portavoz del gobierno hará entonces una condena del líder pacifista por ser un simpatizante del comunismo que intenta atacar los procesos políticos americanos.

En este punto, hay cinco personas (el senador, el ministro de defensa, el jefe del estado mayor del ejército, el líder pacifista y el portavoz del gobierno) que reclaman la verdad para sus afirmaciones de un modo no verificable, y cada uno representa una realidad posible. Analizando la controversia acerca de la marihuana, Goode (1970, pp. 50-68) llama a este encenague de opiniones que se dicen a sí mismas hechos "la política con la realidad". Aunque esta noción es importante sociológicamente, es inútil para los periodistas que se enfrentan al dilema de identificar y verificar los "hechos". De todos modos, los periodistas dicen ser "objetivos" cuando emparejan estas reclamaciones de verdad y las publican conforme van sucediéndose día tras día. Según lo describió un periodista, el consumidor de noticias no recibirá en un solo día todos los lados de una historia, pero irá viendo en un período de tiempo una diversidad de puntos de vista sobre el tema.

Como foro donde se ventila la "política con la realidad", la definición periodística de la situación va más allá de la presentación de los datos suficientes para que el consumidor de noticias llegue a una conclusión. Un enjambre de reclamaciones contradictorias de verdad, como el que hemos puesto como caso típico, puede que sea visto como una invitación provechosa, al consumidor de noticias, para que ejerza su percepción selectiva, en una característica reacción ante las noticias. Sin duda que la invitación a una percepción selectiva es insistente, porque cada versión de la realidad reclama la misma validez potencial. En tanto en cuanto definamos la "objetividad" como "atención hacia objetos externos a la mente" y llamemos "objetivo" a lo que "pertenece al objeto del pensamiento y no al sujeto pensante" (ambas definicio-

nes de diccionario), será difícil sostener, como hacen los periodistas, que presentar posibilidades en conflicto genera objetividad.

2.-*Presentación de la evidencia sustentadora.* Por supuesto, hay ocasiones en que el periodista puede obtener una evidencia que sostenga una reclamación de verdad. Una evidencia sustentadora es la cita y colocación de "hechos" adicionales que comúnmente aceptamos como verdad. Esta insistencia en los "hechos" sustentadores es generalizada, figurando entre las críticas de los editores y jefes de sección a los reporteros, como entre las críticas de los reporteros a los editores y jefes.

Por ejemplo, una tarde el asistente al director de la edición pidió a la redacción que "se hicieran necros más objetivas", después de leer una nota necrológica que describía al fallecido como un "músico magistral". Preguntó: "¿Y cómo sabemos que el fallecido era un "músico magistral", y no un "músico de tres al cuarto" que tocaba en la banda municipal?". Se le dijo que unos párrafos más abajo en la nota constaba que el fenecido había tocado con John Philip Sousa. El "hecho" adicional, convino el jefe de edición, justificaba el término "músico magistral".

De manera parecida, un reportero criticaba a sus jefes de edición porque hacían unas correcciones malas y "no objetivas", cuando se publicó un artículo sobre "propaganda comunista" en un entorno determinado. Expresaba que el artículo en cuestión debía haber citado más "hechos", por ejemplo qué títulos de obras examinadas eran considerados propaganda comunista. Aunque reconocía que la etiqueta de "propaganda comunista" no era una caracterización muy fina de cada pieza individual de literatura, insistía en que una presentación más concreta sería más "objetiva". Ofrecería "hechos" (títulos) que apoyaran la afirmación de verdad inicial. Además, los títulos citados presumiblemente permitirían al lector valorar el grado en el que la descripción "propaganda comunista" era exacta y con ello "factual", del mismo modo en que la asociación del músico fallecido con Sousa permitiría al lector decidir por sí mismo si la etiqueta de "músico magistral" era certera <sup>10</sup>.

La afirmación de los periodistas, de que "los hechos hablan por sí mismos" es instructiva. Este dicho implica una distinción generalizada entre los "hechos que hablan" y el propio reportero (o el orador, o el cotilla, etc.) que habla de "hechos". Si el periodista tuviera que hablar por los "hechos", no podría proclamar que es objetivo, "impersonal" o "sin prejuicios". Por supuesto, es una obviedad sociológica que los "hechos" no hablan por sí mismos. Por ejemplo, Shibutani (1966) demuestra que la afirmación y aceptación de los "hechos" depende en mucha medida de los procesos sociales.

3.-*El uso juicioso de las comillas.* Los periodistas ven las citas de la opinión de otras personas como una forma de evidencia sustentadora. Al intercalar la opinión de alguien más, creen que se alejan ellos mismos de la participación en la historia, y con ello dejan que los "hechos" hablen, como muestra la discusión entre jefes de sección en el siguiente incidente.

Un edificio en un barrio marginal, cuyo propietario estaba ausente, había permanecido durante varios días sin calefacción, a una temperatura cercana a los cero grados. El propietario manifestó haber enviado a alguien para arreglar la caldera en aquellos mismos momentos. Cuando Smith, el jefe de local, telefoneó al edificio, nadie estaba trabajando para reparar la calefacción, "hecho" que Smith añadió a la información del reportero que cubrió el suceso. Al comprobar la historia, Jones, el director de sección, llamó a su subordinado Smith para que se pusiera en contacto con más inquilinos del edificio para aumentar el número de nombres mencionados en la información.

Jones dijo "Si me consigues más(declaraciones de inquilinos) lo sacamos". (Tras algún tiempo) Jones repitió que quería más citas de declaraciones porque "estaba teniendo dificultades". Sin evidencias sustentadoras, la historia podía dar lugar a juicio.

Al añadir más nombres y declaraciones el reportero puede quitar sus propias opiniones del relato y conseguir que otros digan lo que él mismo piensa. Por ejemplo, en la cobertura informativa de una visita de un grupo de afectados por una masacre de estudiantes negros en Orangeburg, Carolina del Sur, a un fiscal federal, un reportero preguntó al pastor protestante del grupo por su reacción ante la conducta que el fiscal federal había tenido con ellos.

El sacerdote contestó "Sentimos gran preocupación por todo lo que está ocurriendo. Es lamentable que nuestra preocupación reciba una respuesta que realmente no reconoce que hay personas que han sido asesinadas, hay muchas emociones que están creciendo y a las que no se está prestando atención cuando se nos dice que olvidemos"...El reportero entonces preguntó, "Para decirlo en dos palabras, ¿está usted insatisfecho?". El sacerdote replica, "Pienso que ha tenido una dureza innecesaria". Mira a un amigo y continúa "Crueldad es la palabra"."

Cuando terminamos, el reportero nos explicó que había entrevistado al pastor específicamente para conseguir aquellas afirmaciones y así no tener que editorializar la información llamando él mismo cruel al fiscal federal.

El uso de las citas para evitar la presencia del periodista en el relato se extiende hasta el uso de las comillas como un dispositivo para señalar ciertos aspectos. Por ejemplo, la comilla puede usarse para significar "ésta es una afirmación realizada por alguien que no es el periodista mismo".

También pueden tener el significado de "sic". Por ejemplo, la Nueva Izquierda (sin comillas) designa a un grupo. La "Nueva Izquierda" (con comillas) indica a un grupo que se llama a sí mismo la Nueva Izquierda; en este caso, la legitimidad del grupo es puesta en cuestión.

Impresionado por una manifestación radical contra el reclutamiento, un reportero utilizaba todas las comillas posibles para aplacar la opinión de sus jefes de edición a los que sabía contrarios a la manifestación. El artículo decía:

Algunos (miles) de personas se desplazaron la soleada tarde de ayer al Parque local donde tuvo lugar una "increíblemente exitosa" marcha pacifista contra el reclutamiento, que alcanzó su clímax cuando más de ...jóvenes mostraron sus cartillas de reclutamiento.

La manifestación de dos horas y media giró en torno al crecimiento del movimiento "Nueva Izquierda" y a la idea de que es necesario cambiar la política americana para "construir una América en la que no nos avergoncemos de vivir".

La protesta del Parque se enmarca dentro de las manifestaciones que de costa a costa, en 60 ciudades, están teniendo lugar en el Día Nacional de la Resistencia. Este evento, que ha durado dos días, concluye hoy con la puesta en marcha de "talleres políticos" en la zona.

La marcha en el Parque local se ha visto relativamente libre de violencia, si consideramos el alto número de participantes, la mayoría jóvenes. El comisario de la policía municipal John Smith, a cargo de la comisaría local, ha declarado: " Sólo dos o tres peleas, rápidamente controladas, han ensombrecido algo un día tan perfecto".

(Las citas de los primeros tres párrafos fueron tomadas de los discursos que se pronunciaron en el evento, aunque la fuente no se identifica en la noticia).

Aunque el reportero personalmente estuviera de acuerdo con las afirmaciones y términos entrecomillados, las comillas le permiten afirmar que no ha interferido con sus opiniones en el asunto. Las comillas convierten a la historia en "objetiva" y le protegen ante sus superiores. Este periodista recibía la mayoría de los encargos de cobertura de manifestaciones, aunque simpatizaba con los manifestantes, al contrario que sus jefes de sección. Si éstos hubieran notado sus simpatías políticas no le hubieran vuelto a mandar a manifestaciones. Además sus relatos habrían sufrido considerables alteraciones. Sin duda los jefes de edición elogiaban entre ellos el trabajo del reportero. En suma, el reportero manipuló a sus superiores, interfiriendo con sus propias opiniones mediante el uso de un mecanismo asociado a la objetividad <sup>11</sup>.

4.-*Estructurar la información en una frase apropiada.* Estructurar la información en frases apropiadas es también un procedimiento para denotar objetividad que se pone como ejemplo de atributo formal en las noticias. La información más importante de un acontecimiento ha de presentarse en el primer párrafo, y los párrafos sucesivos contendrán la información en importancia decreciente. La estructura de una noticia teóricamente se parece a una pirámide invertida.

Éste es el aspecto formal más problemático de la objetividad para un periodista. Respecto a los otros tres atributos formales, el periodista puede afirmar que ha presentado las distintas afirmaciones de verdad en conflicto, que hay evidencias suplementarias y que él se ha limitado a recopilarlas, y que las citas y la información entrecomillada representa la opinión de los demás, no la suya propia. De todos modos, incluso aunque un periodista pueda inconscientemente actuar por experiencia escogiendo un encabezamiento que aprobarán sus jefes de sección y con ello plegarse a la política del medio, el periodista sigue siendo responsable del titular de la noticia. No puede aducir que la elección la ha hecho otra persona. El periodista sólo puede invocar su profesionalidad y afirmar que su titular lo valida su propio juicio periodístico.

Invocar el propio juicio periodístico (el olfato periodístico) es un mecanismo intrínsecamente defensivo, pues la "valoración periodística" es la habilidad para escoger "objetivamente" entre "hechos" que compiten entre sí, decidiendo qué "hechos" son más "importantes" o "interesantes". "Importante" o "interesante" denota contenido. En otras palabras, para justificar la estructuración de la información el periodista debe aducir sus nociones de contenido, "importante" o "interesante".

Hasta cierto punto las dificultades del informador se reducen gracias a la conocida fórmula según la cual las noticias han de contener el "quién, qué, cuándo, dónde, cómo y por qué". Estos cinco interrogantes son lo que se llama los "hechos materiales" principales de un suceso. Así, el periodista que consigne en primer lugar las principales "cosas materiales" de un suceso, podrá afirmar que ha sido "objetivo". Por ejemplo, cuando explicaba cómo escribió la noticia sobre la manifestación pacifista y antirreclutamiento, el periodista afirmaba:

En primer lugar encabezé la noticia con las cosas materiales principales del tema...Cuántas personas había allí...éso es el suceso...el número de cartas de reclutamiento que se exhibieron...En el segundo (párrafo) indiqué el ambiente. Luego hablé de los discursos. Lo que va primero son los hechos puros .

Sin embargo los periódicos y periodistas puede que no estén de acuerdo en la identificación de estos hechos materiales. Este mismo reportero, hojeando la noticia de la manifestación publicada por otro periódico, la tachaba de "parcial". Se quejaba de que "había miles de personas (en la manifestación), y todos menos dos o tres se habían comportado pacíficamente, y sin embargo el periódico de la tarde encabezó el asunto con el incidente violento". Obviamente, el periodista del periódico vespertino replicaría que su noticia era "objetiva", porque la violencia fue "la cosa más material", el "quién, qué, cómo, cuándo, dónde y por qué" de la historia. Como demuestra sobradamente la literatura, los periódicos disienten en sus elecciones de los "hechos" materiales, aunque la política informativa de cada uno de ellos proclame que son "objetivos" <sup>12</sup>.

Si los periodistas tienen dificultades para identificar los "hechos materiales", incluso sin salirse de la política informativa de su propio periódico, puede que pongan en práctica otra opción posible. En lugar de discutir los atributos formales de un relato noticioso individual, pueden describir los atributos formales de un periódico.

#### IV

Un periódico se divide en secciones y páginas. Las primeras páginas contienen la información general "sencillamente objetiva". Las noticias especializadas, como por ejemplo los deportes, las noticias femeninas o financieras, aparecen en unas páginas claramente delimitadas situadas una tras otra en una sección. La información general que no es "objetiva" se sitúa en las páginas editoriales o en la "tribuna libre" que está frente a la página editorial. Sólo hay dos excepciones a esta regla. Una es el

relato. A pesar de los argumentos a favor de la identificación entre noticia y reportaje (H. Hugues 1940), los periodistas distinguen con insistencia entre ambas dos formas (e.g. Mott 1962). En algunos periódicos esta distinción está formalizada. Por ejemplo, el *New York Times* publica reportajes en la primera página de su segunda sección. La otra excepción es el "análisis" que puede publicarse en las páginas generales "sencillamente objetivas" si se acompaña con una etiqueta diferenciadora<sup>13</sup> formal que indique "análisis periodístico".

Los periodistas usan la etiqueta del "análisis periodístico" para colocar una barrera entre una historia problemática y otros relatos informativos de las páginas de información general. Igual que las comillas teóricamente establecen una distancia entre el periodista y la noticia y señalan que el material que contienen puede ser problemático, los "análisis periodísticos" indican que el material al que acompañan no representa ni las opiniones de la directiva ni es necesariamente "verdadero". Ese material es la interpretación que el periodista hace de los "hechos". Los lectores han de confiar y aceptar la información del periodista de acuerdo con su calidad o actitudes, tal y como éstas se han ido revelando en su trabajo general y en sus previos análisis informativos.

Sin embargo, la invocación del análisis periodístico para sugerir objetividad también presenta dificultades. La pregunta "¿En qué se diferencia el periodismo objetivo del análisis periodístico?" resultó ser la más difícil de responder de todas las cuestiones que durante dos años de investigación realicé<sup>14</sup>. Un jefe de sección me dijo lo siguiente, después de dar vueltas durante diez minutos sin ser capaz de afrontar el tema:

El análisis periodístico implica juicios de valor. Las noticias a secas no contienen juicio de valor alguno de ningún tipo...No se puede quitar el calificativo de "análisis" y decir lo que se quiera. No, yo diría que salta una alarma en la mente del editor cuando eso pasa y hay que esquivar ese anzuelo. (Aunque) el lector piensa que esa etiqueta...(es) seria y meditada, la clave está en el número y grado de juicios de valor no probados en ese momento.

Aunque el editor disponga una técnica formal para alertar al lector, no puede decir qué determina el "número y grado de juicios de valor no probados en ese momento". Además, el editor reconoce la discrepancia entre la razón para su acción y la interpretación que el consumidor de noticias hace de esa acción. Enfrentado a este dilema, el periodista invoca de nuevo su juicio informativo profesional, es decir, su experiencia y sentido común que le permiten determinar la "importancia" o "interés" de ciertos "hechos".

## V

Podría parecer que los juicios periodísticos son un conocimiento sagrado, una habilidad secreta de los informadores, que los diferencia de otras personas. La experiencia del periodista con las relaciones interorganizativas, su trato con su propia empresa o con otras, le capacitan para defender su propio juicio informativo tanto como la "objetividad". El periodista realiza tres generalizaciones:

1.-La mayoría de las personas, incluidas las fuentes informativas, sirven a sus fines particulares. Para ser creíble, un individuo debe probar su fiabilidad como fuente a través de un proceso de ensayo y error <sup>15</sup>.

2.-Algunas personas, como por ejemplo los presidentes de consejos, están en situación de conocer mejor que otras personas una organización. Aunque puedan servir a sus intereses personales, su información será probablemente más "exacta" porque tienen más "hechos" a su disposición.

3.-Las instituciones y organizaciones tienen procedimientos dispuestos para proteger tanto a la institución como a las personas que entran en contacto con ella. La importancia de una declaración o de un "sin comentarios" debe siempre establecerse de acuerdo con el conocimiento que el periodista tenga de esos procedimientos institucionales.

Los periodistas tienden a aumentar la importancia de estas tres generalizaciones al unir las hablando de hasta qué punto algo "tiene sentido". Dos ejemplos de rechazo de publicación por jefes de edición ilustran este punto. Uno de ellos gira en torno al sistema legal; el otro, al sistema político. Ambas son instituciones con las que los periodistas dicen estar familiarizados a través de su experiencia.

*Ejemplo 1.*-Un padre al que se le iba a acusar de negligencia infantil con resultado de muerte de su hija por una fibrosis quística visitó la redacción para protestar por su inocencia. La información que recogía la lacrimógena historia del padre fue aprobada por el redactor jefe del área local, pero rechazada por el jefe de la sección y por el director editorial, quien insistió en que el redactor jefe no debió aprobar la historia. Estos dos editores basaban su rechazo en dos factores: la historia contenía demasiadas preguntas sin respuesta, y los editores daban sentido a la conducta de la policía en el asunto. Como lo expresó uno de ellos, "cuando la policía y el abogado del distrito levantan la bandera, es que algo pasa de verdad". Los editores insistían:

Los periódicos tienen que seguir los pasos legales tal y como se dan en la secuencia de detenciones, acusaciones, juicios y sentencias, como no sea que el periódico esté totalmente convencido de que la justicia ha incurrido en un error...En ese caso el periódico puede poner todas las trabas y hacer cruzada a favor del acusado.

Aquel caso no era un clarísimo error de la justicia porque había demasiadas preguntas sin respuesta. Por ejemplo, la historia del padre no decía si la niña había estado o no en tratamiento médico. Los editores se preguntaban, "¿Pudo la niña morir sin que hubiera negligencia?". Más esencial era el hecho de que cuando el jefe de la sección telefoneó a la policía buscando información adicional sobre el padre, la policía "cerró el grifo". Basándose en su experiencia con los procedimientos policiales, los jefes de sección asumieron que la policía estaba estudiando acusar al hombre. Dado que la policía "no acusaría" sin tener la prueba legal requerida en el caso a juicio, concluyeron que "había algo oscuro en todo el asunto". Para publicar la información, los periodistas notaron que necesitaban más "hechos" que contrarrestaran la lógica del procedimiento policial. Presentando

evidencias suplementarias (atributo formal de la objetividad), los periódicos podrían proclamar su conducta objetiva. Como dijo un editor,

La historia es parecida a otra sobre un hombre cuya mujer había sido asesinada; a él no lo habían detenido, pero sí le habían dicho que no abandonara la ciudad. Este hombre fue a todos los periódicos intentando aclarar la historia y negando acusaciones que todavía no se habían hecho. Si al hombre lo procesan a la semana siguiente y nosotros hemos publicado su historia, ¿cómo quedaríamos nosotros los periódicos?

*Ejemplo 2.*-White, redactor principal de la sección política, cubrió las primarias de 1968 entre McCarthy y Johnson en New Hampshire. El periodista quería que ganase Mc Carthy. Comparativamente, muchas de sus afirmaciones fueron eliminadas de sus informaciones porque los editores vieron que estaba entrando en un peligroso análisis periodístico. De acuerdo con la experiencia de los periodistas en política, el dirigente de un partido político (por ejemplo, un presidente) controla el partido, y los miembros del partido apoyan al que está en el poder por su puesto institucional, aunque personalmente no estén de acuerdo con él.

Una de las afirmaciones eliminadas de un artículo de White decía que el Presidente Johnson había "salido escaldado" de las primarias de New Hampshire. El jefe de edición borró esta afirmación porque iba contra toda experiencia política asumir que un presidente que tiene todo el poder en su partido pudiera tener dificultades ante un joven senador desconocido y poco ortodoxo. Como explicaba el redactor jefe de la sección, que también favorecía a Mc Carthy, "se supone que White es un experto en política, pero no respaldaba con hechos sus afirmaciones. White estaba charlataneando demasiado en aquel asunto". Para subrayar su opinión, el editor afirmó que White había apostado con él a que Johnson se retiraría de la candidatura en las elecciones de noviembre. El editor describió tal conducta como "bazofia política" y como "pensamiento ansioso". Después de todo, señaló, todos los presidentes de gobierno del siglo veinte habían renovado su candidatura, teniendo suficiente poder como para asegurar su candidatura por el partido, y los políticos aman el poder.

Una puede concluir que la experiencia organizativa del periodista le impone prejuicios en contra de las posibilidades contrarias a las expectativas preexistentes. Desde el punto de vista de un periodista, sin embargo, sus experiencias con otras organizaciones durante un período de tiempo validan sus juicios periodísticos y pueden reducirse al sentido común. Por "sentido común" el periodista entiende lo que la mayoría de los periodistas creen verdad o dan por sentado.

## VI

El sentido común tiene un papel crucial en el establecimiento del contenido de una noticia, ya que el contenido de una noticia es una multitud de "hechos", y el sentido común puede determinar si una pieza de información puede aceptarse como "hecho" o no. Por ejemplo, consideremos la evidencia sustentadora aceptada como "hecho" en la descripción objetiva de "propaganda comunista".

Si el título discutido hubiera incluido *Das Kapital* entre las publicaciones comunistas, el término "comunista" hubiera estado justificado supuestamente. *Das Kapital* se asocia normalmente con el comunismo y no simplemente con un texto de teoría económica.

Los "hechos" no documentados que los periodistas aceptan como probados revelan hasta qué punto se basan los juicios periodísticos en el sentido común. Por ejemplo, cuando discutían el tema de los análisis periodísticos, el redactor jefe de local señalaba, "Todo el mundo dice que Gene Mc Carthy apela a los intelectuales. Así se dice en las noticias, pero no hay documentación. No tenemos tiempo ni espacio para documentarlo, así que nos limitamos a afirmarlo llanamente. No sé si es verdad. ¿Es exacto estadísticamente?"

Los periodistas no publicarán como "hechos" afirmaciones que contradigan el sentido común. Rivers (1967, p. 187) cuenta la experiencia de John F. Kennedy como reportero novato trabajando para el servicio informativo de Hearst International tras la Segunda Guerra Mundial. Como Kennedy había vivido en Inglaterra antes de la guerra y "había escrito un libro sobre la torpe postura militar británica, se le envió... a informar sobre las futuras elecciones. Una de sus primeras informaciones predecía la derrota electoral de los conservadores de Winston Churchill..." "En el instante en que mi información llegó a Nueva York", recordaba Kennedy más tarde, "recibí un cañonazo de Hearst acusándome prácticamente de estar chalado". La noticia redactada por Kennedy contradecía el sentido común americano al insistir en que un político popular, que había conducido con éxito a un país en medio de una guerra no iba a ser reelegido. Su "experta" opinión cuestionada contradecía lo que "todo el mundo sabía" y "daba por sentado". Así que no era "factual".

Como Schutz (1962, p. 75) lo ha expresado acertadamente, "basta con que señalemos que todo conocimiento que se da por sentado tiene una estructura altamente socializada, esto es, se asume que es algo obvio no solamente por parte de una persona, sino por nuestra parte, por *todo el mundo* (significando *todo el mundo que pertenece a nuestro mundo*)".

Sería interesante explorar más profundamente los tipos de información que los periodistas consideran "hechos", o aquellas declaraciones cuya exactitud los informadores dan por sentada. He sugerido en otro lugar (1969) que las nociones que los periodistas dan por sentadas son realmente imágenes de sus propias visiones de la realidad social y política. Como una observación de esta naturaleza requiere una reexaminación de las relaciones interorganizativas del mundo informativo, explorar con intensidad este tema va más allá de los objetivos de este artículo. En este momento ha de bastarnos con saber que (1) algunos contenidos pueden ser aceptados como "hechos" si tienen sentido y (2) los juicios periodísticos que justifican tal "sentido" parecen ser un conocimiento profesional sagrado. Pero el conocimiento profesional especial es una defensa inadecuada contra las críticas, dado que los críticos frecuentemente atacan ese mismo conocimiento.

## VII

En esta exploración de la noción periodística de objetividad, he examinado hasta ahora (1) procedimientos informativos en tanto atributos formales de las noticias y periódicos, (2) juicios basados en las relaciones interorganizativas, y (3) el sentido común como base para valorar el contenido informativo. Aunque los atributos formales de las noticias y periódicos puedan presentar problemas al periodista, le permiten proclamar su objetividad, y que tales proclamas puedan ser apreciadas por el lector.

Dadas las diversas presiones que el periodista sufre, siente que tiene que protegerse a sí mismo, que tiene que ser capaz de afirmar "Soy un profesional objetivo". Ha de ser capaz de desarrollar estrategias que le capaciten para afirmar "Esta noticia es objetiva, impersonal e independiente". Igualmente, los editores y directores del periódico sienten que deben ser capaces de afirmar que las columnas informativas son "objetivas", y que la política informativa y editorial de su periódico pueden distinguirse una de otra. Como los lectores no poseen juicio periodístico y, cuando ponen en duda a los periodistas, tienden a actuar como si lo tuvieran, proclamar la objetividad basándose en la valoración periodística puede que no satisfaga a los críticos <sup>16</sup>.

De todos modos cuando citan atributos formales de noticias y periódicos, incluyendo aquellos que pudieran ser problemáticos (como cuando Das Kapital justificaba el término "propaganda comunista"), los periodistas pueden indicar la prueba de que distinguen entre lo que ellos piensan y aquello de lo que informan. Pueden defender que (1) han presentado las opciones de verdad en conflicto, (2) que han presentado evidencias suplementarias para sostener un "hecho", (3) que usan las comillas para indicar que el periodista no está afirmando verdad alguna por su parte, (4) que presentan los principales "hechos materiales" en primer lugar, y (5) que han separado cuidadosamente los "hechos" de las opiniones utilizando la etiqueta "análisis informativo". Así, parece que *los procedimientos informativos ejemplificados como atributos formales son en realidad estrategias con las que los periodistas se protegen de las críticas y de la exigencia profesional de objetividad de los profanos, especialmente dado que su conocimiento profesional especializado no es suficientemente respetado por los consumidores de noticias y por tanto puede ser incluso la base de un ataque crítico. Aunque procedimientos como los estudiados puedan darnos pruebas demostradas del intento de conseguir la objetividad, no puede decirse que de hecho lo consigan. Se ha sugerido que esos procedimientos (1) constituyen una invitación a la percepción selectiva, (2) insisten erróneamente en que los "hechos hablan por sí mismos", (3) son un mecanismo desacreditador y un medio para introducir la opinión del redactor de la noticia, (4) están relacionados directamente con la política editorial de una organización informativa particular, y (5) equivocan al consumidor de noticias al sugerir que el "análisis periodístico" es serio, meditado, o definitivo. En suma, hay una clara discrepancia entre los fines buscados (la objetividad) y los medios usados (los procedimientos informativos descritos).*

Esta interpretación tiene varias implicaciones teóricas que son interesantes. En primer lugar, coincide con la afirmación de Everett Hughes (1964, pp. 94-98) de que las profesiones desarrollan procedimientos ritualizados para protegerse a sí mismas de las acusaciones. Afirma, "en la enseñanza", profesión, como el periodismo, "cuyos fines están muy mal definidos -y en consecuencia los errores abundan de igual manera- donde el mundo profano a la materia está siempre dispuesto a criticar y acusar a los profesionales, la conducta correcta se convierte en ritual tanto e incluso más incluso que en un arte. Si un profesor puede demostrar que ha seguido el ritual, apartará la culpa de sí mismo y la cargará sobre el niño o estudiante miserable; y el fracaso puede y suele también ser atribuido a éstos" (pp. 96, 97). Examinando la conducta ritualizada de profesionales de segundo rango como los farmacéuticos o las enfermeras, Hughes continúa, "intuimos la función profunda que el arte, el culto y el ritual tienen en diversas ocupaciones. *Proporcionan un conjunto de seguros y contrapesos emocionales y hasta organizativos contra los riesgos, sean subjetivos u objetivos, de una profesión*" (p. 197; el subrayado es mío). Desde este punto de vista, los atributos formales de noticias y periódicos aparecen como rituales estratégicos que justifican la proclamación de objetividad. Permiten al periodista decir, señalando a sus pruebas, "Soy objetivo porque he usado comillas".

En segundo lugar, estas averiguaciones puede que estén basadas en las mismas nociones de objetividad usadas por los periodistas. Como previamente sugerí, los sociólogos distinguen entre ellos mismos y los demás haciendo notar su propia tendencia al examen reflexivo de las asunciones filosóficas. Sin embargo Gouldner (1970, p. 249) uniéndose a C. Wright Mills al usar la expresión "replicabilidad transpersonal" sugiere: "En esta noción, la objetividad significa sencillamente que el sociólogo describe sus procedimientos tan explícitamente que otros, al emplear esos procedimientos, llegarían a las mismas conclusiones. En efecto, pues, ésta es una noción de objetividad como rutinización técnica que se basa, en último término, en la codificación de los procedimientos de investigación que se han usado. De todas formas es principalmente una definición *operativa* de la objetividad, que presumiblemente nos dice lo que debemos *hacer* para justificar una afirmación de que algún hallazgo particular es objetivo.

No nos dice, en cualquier caso, casi nada sobre lo que *significa* la objetividad conceptual o connotativamente". En suma, Gouldner acusa a los sociólogos de eludir los problemas epistemológicos escondiéndose detrás de las técnicas formales. Nos da una imagen de la objetividad sociológica como *ritual estratégico*<sup>17</sup>.

Otras profesiones y ocupaciones equiparan la objetividad con la capacidad de comportarse de un modo bastante impersonal como para seguir unos procedimientos rutinarios apropiados en un caso específico. Por ejemplo, la postura objetiva del abogado está glosada en el conocido refrán "sólo un tonto contratará al abogado que se tenga a sí mismo por cliente". La norma por la que los cirujanos no operan a sus propios familiares protege supuestamente tanto al médico como a los pacientes, de sus errores. Al estar emocionalmente implicado, se piensa, el médico no podrá llevar a cabo los *procedimientos* médicos<sup>18</sup>.

En todos estos ejemplos, la objetividad radica en procedimientos rutinarios que pueden ser ejemplificados como atributos formales (comillas, niveles de importancia, precedentes legales, rayos X) y que protegen al profesional de sus errores y de sus críticos. Resulta que la palabra "objetividad" se usa defensivamente como un ritual estratégico. De todos modos, aunque mis hallazgos indican esta conclusión referida al uso de la palabra por parte de los periodistas, generalizarla a otras profesiones u ocupaciones debe esperar a un estudio sistemático del uso de la "objetividad" en el contexto de esos trabajos <sup>19</sup>.

(Este artículo de Gaye Tuchman se publicó originariamente en el número 4, volumen 77, de la revista *American Journal of Sociology*, en 1972. Agradecemos al *American Journal of Sociology* su colaboración para la traducción y publicación de este texto).

## BIBLIOGRAFÍA

- Benet, James, 1970, "Interpretation and Objectivity in Journalism", *Academics on the Line*. Edited by Arlene K. Daniels and Rachel Kahn-Hut. San Francisco: Jossey Bass.
- Breed, Warren, 1955, "Social Control in the Newsroom: A Functional Analysis". *Social Forces*, 33:326-35.
- Ellul, Jacques, 1966. *Propaganda*. New York:Knopf.
- Emerson, Joan, 1970. "Behavior in Private Places: Sustaining Definitions of Reality in Gynecological Examination". In *Recent Sociology*, n. 2, edited by Hans P. Dreitzel, New York: Macmillan.
- Goode, Erich, 1970. *The Marijuana Smokers*. New York:Basic.
- Gouldner, Alvin, 1970. "The Sociologist as Partisan: Sociology and the Welfare State". In *The Sociology of Sociology*, edited by Larry T. Reynolds and Janice M. Reynolds. New York:David McKay.
- Hugues, Everett C., 1964. *Men and Their Work*. Glencoe, Ill.:Free Press.
- Hugues, Helen M., 1940. *News and the Human Interest Story*. Chicago: University of Chicago Press.
- Jacobs, Ruth, 1970. "The Journalistic and Sociological Enterprises as Ideal Types". *American Sociologist*, 5: 348-50.
- Klapper, Joseph, 1960. *The Effects of Mass Communication*. New York: Free Press.

- MacDougall, C.D. (1968) *Interpretive Reporting*. New York: Macmillan.
- March, James G. and Herber A. Simon (1967) *Organisations*. New York: Wiley.
- Mattheuws, T. S., (1959) *The Sugar Pill*. New York: Simon and Schuster.
- Mott, Frank L. (1962) *The News in America*. Cambridge, Mass: Harvard University Press.
- Park, Robert and Ernest Burgess (1967) *The City*. Chicago: University of Chicago Press.
- Radin, Paul (1957) *Primitive Man as a Philosopher*. New York: Dover (1960) *The World of Primitive Man*. New York: Glencoe
- Reynolds, Larry T. (1970) "A Note on the Perpetuation of a Scientific Fiction" in *The Sociology of Sociology*, edited by Larry T. Reynolds and Janice M. Reynolds. New Yor: David McKay.
- Rivers, William (1967) *The Opinionmakers*. Boston:Beacon.
- Rovere, Richard (1960). *Senator Joe McCarthy*. New York: Meridian.
- Schutz, Alfred (1962) *Collected Papers I*. The Hague: Martinun Nijhoff.
- Shibutani, Tamotsu (1966). *Improvised News*. New York: Bobbs-Merrill.
- Tuchman, Gaye (1969) "News, the Newsman's Reality". Ph. D. dissertation. Brande University.
- Udry, J. Richard, (1967). *Social Context of Marriage*. New York:Lippincott.
- Weinstein, Eugene, (1966). "Towards a Theory of Interpersonal Tactics". In *Problems in Social Psychology*, edited by Carl Backman and Paul Second. New York: Mc Graw Hill.

## NOTAS

<sup>1</sup> Existe una versión abreviada de esta comunicación, que se pronunció en 1971 en las reuniones de la American Sociological Associated. Me he beneficiado de los comentarios de Charles Perrow, Kenneth A. Feldman, Rose L. Coser y Florence Levinsohn me ayudó en la edición.

<sup>2</sup> Jacobs (1970) pone en duda las comparaciones entre periodistas y sociólogos, señalando que los sociólogos recopilan más datos para un propósito diferente. La autora hace notar que la primera regla de su director era "Consigue los hechos", y la segunda "No dejes que los hechos interfieran en la historia". Los

- periódicos contemporáneos, incluyendo aquellos en los que Jacobs trabajó, han dejado de lado el segundo mandato. La cantidad y el propósito de la información recolectada no me hacen cambiar mi punto de vista.
- <sup>ii</sup> Tampoco los procedimientos de trabajo preferidos por los médicos del siglo veinte son necesariamente inmunes a la caracterización como rituales (Everett Hughes, *Personal communication*, 1971). Sin duda que la reticencia de muchos a ver los procedimientos de trabajo médico como rituales es probablemente reflejo del alto prestigio ocupacional de los médicos.
- <sup>iv</sup> Weinstein (1966) habla de "tácticas de refuerzo de la credibilidad" y sugiere (*Personal Communication* 1971) tácticas que connotan "objetividad", como por ejemplo la cita de terceros o la presentación de las posibilidades alternativas citando la evidencia negativa o la opinión en conflicto, que pueden usarse para reforzar la credibilidad en la comunicación interpersonal.
- <sup>v</sup> Todos los informantes sabían que yo era una socióloga que realizaba una investigación. Muchos tendían a definir mis actividades en términos de su propio trabajo. Me ofrecieron interpretaciones de mis actividades proporcionándome claves al respecto de sus propias estrategias de trabajo informativo.
- <sup>vi</sup> El reportero o redactor de base tiene menos de un día para elaborar su información porque se le puede requerir que haga otras tareas rutinarias como la redacción de necrológicas o la escritura de crónicas enviadas a la redacción por los corresponsales del diario a través del teléfono. También es posible que una información, por ejemplo un incendio, sea asignada a un reportero transcurrida ya gran parte de su jornada laboral. Para el redactor de "sección" el trabajo es ligeramente diferente porque este periodista suele disponer de antemano de parte de la información contextual. De todos modos a este periodista se le suele pedir que cubra más de una noticia al día, y además ha de mantener sus contactos rutinarios con fuentes informativas.
- <sup>vii</sup> Los periodistas también se quejan de las citaciones a juicio sobre sucesos que han presenciado o de los que han escrito. Estas citaciones no solamente les obligan a revelar sus fuentes, sino que además no les permiten cumplir con su trabajo diario.
- <sup>viii</sup> En mi primera entrevista con un periodista (en este caso, el vicepresidente a cargo de informativos de una cadena de televisión en la que investigué durante un año) se me proporcionó un texto de una demanda de libelo para que lo estudiara. En todas las conversaciones los redactores jefes y reporteros tanto del periódico como de la televisión mencionaron el libelo inmediatamente cuando les pedí que citaran problemas a los que una organización informativa ha de enfrentarse. También me ofrecieron información acerca de los procesos por difamación cuando les pregunté por situaciones difíciles que habían atravesado en sus carreras. Hay básicamente dos tipos de libelo: libelo o difamación general y libelo o difamación con intención maliciosa. Imaginemos que hay dos personas que se llaman Juan Pérez y que viven en Villapólis. Uno es un mafioso conocido y el otro el propietario del Bar Restaurant Villapólis. Al redactar una información sobre el mafioso Juan Pérez, un periodista afirma que este Juan Pérez es además el propietario del Bar Restaurant Villapólis. El verdadero propietario del restaurante, Juan Pérez, puede demandar al periódico por difamación general. Si puede demostrar que el periodista sabía que existían dos Juan Pérez y que deliberadamente confundió los hechos, podrá demandarle entonces por difamación maliciosa. Las penas son mayores en los casos de difamación con malicia, pero la difamación general producida por negligencia, etc. constituye también un riesgo laboral. Este tipo de demandas son más frecuentes en Inglaterra que en los Estados Unidos. En este país los procesos por difamación tienden a ser casos sensacionales.
- <sup>ix</sup> En el mundo televisivo Benet (1970, p.113) partidario de periodismo en primera persona o interpretativo, señala que, si una declaración es filmada, ha de filmarse también la réplica a dicha declaración, y no basta que el redactor la consigne verbalmente. Los periodistas de la TV y los de prensa ven en la presentación de las alternativas un asunto problemático. En un tema conflictivo (Rovere 1960) una acusación es más noticiosa que la negación de la misma. Así, las acusaciones situadas al principio de la noticia (porque son más atractivas informativamente hablando, más importantes, etc.) pueden recibir más atención por parte del consumidor de noticias que las negaciones situadas al final de los relatos. Rovere (1960) recuerda la habilidad que Joseph McCarthy tenía en el uso de esta regla para explotar su propia presencia ante los medios.
- <sup>x</sup> Se puede objetar con bastante razón que "apilar unos hechos sobre otros" presupone a un sofisticado consumidor de noticias, culto en muy diversos campos. Por un lado, los periodistas asumen que la presentación de pruebas sustentadoras permite al consumidor de noticias decidir por sí mismo si una

alegación o descripción es "factual". Por otro lado, los periodistas ocasionalmente se quejan y denigran la inteligencia de sus lectores. De hecho, en varias ocasiones, los jefes de sección y editores pusieron especial atención en enseñarme a mí a leer entre líneas de las noticias, para que yo pudiera valorar los "hechos" correctamente. Estas asunciones contradictorias puede que expliquen la insistencia de Ellul (1966, p. 76) en que el hombre que se cree a sí mismo bien informado y que devora las noticias es una persona dominada por la propaganda, especialmente si tal individuo se adhiere a los mitos dominantes de las sociedades tecnológicas.

- <sup>x1</sup> Tanto la distribución de las edades como los turnos de trabajo en el periódico estudiado facilitaron este error de los jefes para con su reportero. Los directivos tenían entre 45 y 65 años. El reportero tenía treinta y pocos. Los jefes llegaban al trabajo en torno a las 6 de la tarde. El reportero finalizaba su jornada a las 6 de la tarde. Aunque los editores y reporteros estén en la misma sala al mismo tiempo, los jefes y editores tienden a charlar con los reporteros más viejos, con los que tienen amistad desde muchos años atrás y con los que cotillean antes de sentarse a trabajar. Además, dado que el joven reportero en cuestión vestía ropa clásica y llevaba el pelo corto, sus jefes no disponían de muchas pistas acerca de sus ideas políticas. La habilidad del reportero para enmascarar sus puntos de vista tiene importancia porque los superiores tienden a identificar la "objetividad" con la "tendencia" particular o la política informativa de su propia empresa (vid. Breed 1955).
- <sup>x2</sup> Quizás la mejor comparación de dos periódicos sea la que encontramos en Matthews (1959).
- <sup>x3</sup> Las palabras "análisis periodístico" se imprimen en un tipo diferente, distinto al de titulares, encabezamientos o cuerpo del artículo.
- <sup>x4</sup> Algunos periodistas y un jefe de sección dijeron desconocer la diferencia. El director del dominical sonrió y dió unas palmaditas al redactor jefe de local cuando oyó cómo le preguntaba yo sobre esto. Para ver un texto sobre el tema, vid. MacDougall (1968).
- <sup>x5</sup> Shibutani (1966) hace notar que dos periodistas perdieron la exclusiva informativa del suicidio de Marshall Goering porque la fuente -un guardia de la prisión- no era probadamente fiable.
- <sup>x6</sup> Dado que los periodistas no están rodeados de una mística técnica, parece como si cualquiera pudiera hacer su trabajo. Después de todo, todo el mundo puede cotillear. Para una comparación entre información y cotilleo, vid. Shibutani (1966) y Park y Burgess (1967).
- <sup>x7</sup> Otras opiniones sociológicas parecen confirmar esta acusación. Hablando de las reacciones de los sociólogos ante el estudio de la conducta prematrimonial, Udry (1967) se queja (aunque sin ofrecer evidencia sustentadora alguna) de que los sociólogos citan estudios que contienen conclusiones que ellos secundan, pero ponen en duda la metodología de artículos cuyos hallazgos ofenden sus propios principios. Reynolds (1970) pone en cuestión los hechos científicos registrados en las notas a pie de página trazando la historia natural de una perpetua ficción "científica". Goode (1970) discute la investigación sobre la marihuana en el contexto de la "política con la realidad". Gouldner afirma (1970, p. 254) que "el campo de la objetividad es el campo de lo sagrado en la ciencia social".
- <sup>x8</sup> Los médicos insisten en que su actitud es "objetiva" o "médica" incluso cuando emplean procedimientos llenos de un significado mucho más personal, por ejemplo en los exámenes ginecológicos. Aunque Emerson (1970) no informa de que los médicos usen el término "objetividad", sí que nos indica esta autora (1970, p. 78) que una "implicación de la definición médica es que el paciente es un objeto técnico para el personal médico. Es como si ese personal trabajara en una cadena en serie para la reparación de los cuerpos; partes similares del cuerpo van avanzando en la cadena y el personal médico va realizando sobre ellas diferentes tareas". En otras palabras, el personal médico subraya un *procedimiento* impersonal.
- <sup>x9</sup> El reconocimiento de la objetividad como ritual estratégico plantea además otros problemas pertinentes en el estudio de los medios de comunicación de masas, especialmente en el estudio de sus efectos. ¿Refuerzan los rituales estratégicos la credibilidad de las informaciones? ¿Modifica su uso las predilecciones de las personas para comportarse de un modo u otro? ¿Qué interacción existe, si la hay, entre estas estrategias y el contenido? Si existe una interacción, ¿afecta a la reacción de la audiencia? Estas preguntas tienen importancia política y sociológica, pero no han sido todavía estudiadas salvo en el caso del efecto de la presentación de opiniones encontradas (recensado por Klapper 1960, pp. 113-17).