




---

 PORTADA
 

---

 INFORMACIÓN GENERAL
 

---

 CONSEJO EDITORIAL
 

---

 ENVÍO DE ORIGINALES
 

---

 NÚMEROS ANTERIORES
 

---

 INDEXACIÓN BASES DE DATOS
 

---

 CREATIVE COMMONS
 

---

 BÚSQUEDAS
 

---

 CONTACTO
 

---

 DENTRO DE C&S





---

 Reseña /

David H. WEAVER (et al.)

The American Journalist in the 21st Century. U.S. News People at the Dawn of a New Millenium

*Lawrence Erlbaum Associates, New Jersey, 2007, 291 pp.*


---

Por tercera vez, David H. Weaver presenta un completísimo perfil de los periodistas norteamericanos, trabajando tal como lo hiciera en 1982 y 1992 junto a G. Cleveland Wilhoit, aunque sumando esta vez a tres investigadores al equipo.

La investigación sigue haciendo eco del primer estudio de este tipo realizado en Estados Unidos en 1971 por John Johnstone y su grupo, aunque incluye además aspectos nuevos como son el uso de las nuevas tecnologías y el cambio del ambiente laboral a lo largo del país.

Tal como ocurrió con las dos entregas pasadas, Weaver y los suyos centraron la preocupación en cuatro aspectos básicos: los cambios en la educación y la preparación de quienes trabajan en los medios de comunicación de Norteamérica; sus condiciones de trabajo, particularmente el impacto que en él tienen las nuevas tecnologías; los puntos de vista respecto al rol y valores éticos; y, por último, las percepciones sobre lo que constituye el mejor trabajo periodístico. En esta ocasión, el estudio cuenta además con un apartado especial sobre los periodistas que trabajan en internet, lo que en sí ya demuestra un cambio respecto a las dos décadas anteriores.

Los resultados, que se desprenden de la realización de una encuesta telefónica a 1.464 periodistas, son de una riqueza tal, que hace que en cada página se pueda extraer al menos un rasgo que vaya construyendo la imagen de quien trabaja en los medios de comunicación de Estados Unidos. El primer dato que llama fuertemente la atención de los investigadores es que la masa laboral total en los medios se ha contraído en la última década, lo que, sumado al hecho de que la edad media ha aumentado, puede llevar a concluir que muchos puestos están en manos de periodistas que están en sus 40s o 50s, por lo que aún tienen bastantes años de profesión por delante, lo que perjudica directamente a las generaciones de profesionales más jóvenes.

Ahora bien, el porcentaje de mujeres en el campo profesional no crece desde la década de los 80, mientras se ha podido registrar un leve aumento en la presencia de minorías raciales, particularmente en la televisión. Se percibe también una caída notable en el número de profesionales de la información que se declaran protestantes, en favor de quienes dicen no profesar ninguna religión o,

en algunos casos, se confiesan católicos o judíos. Los periodistas de Estados Unidos, concluye el estudio, son menos llamados a practicar una religión o abrazar un credo cualquiera que el norteamericano medio.

Por otra parte, el estudio de 1992 concluía que los periodistas tendían a ser más bien de izquierdas. Sin embargo, esta última entrega apunta a que se ha registrado un leve cambio, lo que no quiere decir que los profesionales de la información sean de derechas; es más, comparado con el común de los norteamericanos, los periodistas suelen estar posicionados más a la izquierda del espectro político. En cuanto a la formación, sólo una décima parte de quienes trabajan en los medios de comunicación no tienen algún grado académico, lo que significa un cambio sustancial desde 1971, cuando un 41% no contaba con estudios.

Lo anterior evidentemente repercute en que el nivel de profesionalismo identificado en este estudio es mayor que en las entregas anteriores, haciendo del periodista norteamericano alguien que, entre otras cosas, hoy por hoy no pagaría por una información ni usaría documentación privada sin autorización. Cabe señalar, además, que salvo algunas excepciones –como las mujeres jóvenes– los periodistas suelen estar mucho más satisfechos que antes con su trabajo y el sueldo que reciben.

Sin embargo, la sala de prensa ejerce en el profesional norteamericano una cada vez mayor influencia respecto a las decisiones sobre las historias en las que trabaja, tanto en su valor ético como en su interés como noticia. Así, colegas –aunque sobre todo editores– ejercen una influencia en el día a día que no deja indiferente al grupo de investigadores.

Respecto al rol que el periodista de Estados Unidos considera que ejerce en la sociedad, la rapidez de antaño se ve relegada a puestos secundarios –probablemente por la aparición de la televisión por cable y, sobre todo, de internet– dejando en un primer lugar asuntos como la investigación y la entrega de información a los ciudadanos. De hecho, la función interpretativa de los medios pasa a ser considerada la más importante según los propios reporteros.

Los periodistas on line, en tanto, no muestran grandes diferencias frente a sus colegas de medios más tradicionales, al menos en lo que a sexo, edad y procedencias raciales respecta. Sin embargo, quienes se encargan de los medios en internet sí poseen una mayor educación y, conjuntamente, están más satisfechos con su trabajo.

Concluye el estudio, tal como lo hiciera en las ediciones anteriores, con una mezcla de preocupación y optimismo. Lo último, por todos los avances en materia de profesionalización, pero lo primero tanto por la situación de algunos profesionales jóvenes como por la incierta protección a la autonomía editorial y la libertad de algunos profesionales frente a presiones corporativas.

Probablemente, el único punto negro del libro es la noticia de que Wilhoit se retiró de la vida académica el 2004, mientras Weaver lo hará el 2012, por lo que no estarán presentes

en el siguiente estudio. Terminan así con este libro tres décadas dedicadas al completo análisis del perfil del profesional de la información.

**Alberto P. LÓPEZ-HERMIDA R.**  
[alhr@vtr.net](mailto:alhr@vtr.net)

---

[arriba](#)