

José Luis DADER

Las provincias periodísticas de la realidad.

La noticia es el resultado de los métodos empleados por los hombres de prensa. Si se emplearan métodos diferentes el resultado serían noticias de otra forma y el público conocería el mundo externo, ajeno a su experiencia directa, de manera diferente". (Mark Fishman, *Manufacturing the News*, 1980).

I. Algo llamado "Agenda-Setting"

La investigación y reflexión de los últimos veinte años en sociología de la comunicación de masas ha dispuesto de un tema estelar por antonomasia: la llamada "agenda-setting function" de los medios periodísticos, presentada entre nosotros como "función-efecto del establecimiento de una agenda temática" [1] .

Sin embargo, la obsesiva reiteración del microanálisis sobre la variada gama de circunstancias concurrentes en el fenómeno, ha servido para poco más de la afirmación original informe sobre la dependencia mental pre-opinativa de los públicos respecto de la selección temática construida por los periodistas.

A estas alturas parece innegable, gracias a los estudios de "agendasetting", que los medios industriales de comunicación [2] ejercen una influencia decisiva en la libertad formal de opinión de las gentes, como consecuencia del condicionamiento previo de lo que es o no es ofrecido a nuestra atención por dichos medios. Pero más allá de tal evidencia genérica y de heterogéneas ilustraciones circunstanciales de la misma, la acumulación desordenada de reflexiones ha obstruido, en lugar de facilitar, la generación de una visión omnicomprendiva y de una auténtica teoría científica.

Como dice uno de los pocos autores que ha intentado alguna estructuración sistemática, en esta línea de trabajo:

"no ha superado las limitaciones de los instrumentos del análisis comunicativo, manteniéndose anclados en una perspectiva de 'short-run' o considerando largos períodos mediante estudios de ámbito limitado... (junto con) una gran diversidad de desarrollos teóricos que difícilmente pueden alcanzar una consideración de uniformidad o de homogeneidad" [3] .

Más contundente aún es uno de los iniciadores de esta escuela empírica, quien llega a afirmar:

"Existe pues, una gran variedad de aproximaciones parciales, las cuales pueden llevarnos a una afirmación pesimista de una situación cercana al caos" [4] .

En cuanto a la aportación española a la clarificación/ofuscación del panorama, podemos contar, merced al citado Saperas, con uno de los escasos intentos mundiales de sistematización descriptiva del conjunto. A dicho trabajo hay que reconocerle además el mérito de haber resaltado ante los académicos y estudiantes de periodismo en España un tema de investigación planteado con escaso eco por algún otro autor esporádico.

Por contra, nuestra incorporación al ingente caudal de este enfoque puede calificarse de tardía, carente por completo de originalidad, con escasísimo número de practicantes y casi inexistente trabajo de replicación empírica sobre el fenómeno de la "agenda-setting" en nuestra propia sociedad. Tan sólo pueden mencionarse (creo que sin omisiones de ningún tipo) los recientes libros de Ofa Bezunarte [5] y Lorenzo Vilches [6] como suaves aproximaciones a la metodología empírica de esta escuela, aplicada a casos concretos de formación de opinión pública.

Por mi parte, creo poder reclamar el relativo honor de haber sido el primer autor español que se ocupó del tema, como lo atestiguan la tesis doctoral de 1980 y el libro de 1983 [7] (caps. IV y V). En ambos casos se intentaba relacionar el enfoque empirista del fenómeno con una reflexión teórica, proponiendo de paso una denominación en castellano menos burda que las traducciones literales: canalización periodística de la realidad [8] . Pero la muy escasa lectura que ha tenido este trabajo ha impedido que la denominación de "canalización" haya tenido seguidores, no existiendo en general ni el mero recuerdo bibliográfico.

En cualquier caso y desde ese orgullo de modesto pionero local intento contribuir con estas páginas a una sistematización e interrelación teórica por la que parece abogar toda la comunidad académica de nuestra especialidad. Labor de progresión y consolidación teórica que – puede adelantarse ya – depende de la integración de los análisis empiristas y anecdóticos de las juveniles "ciencias de la información" con la solidez de las más recientes teorías sociológicas que – no obstante su vasta impedimenta para la explicación de la acción y la solidificación social –, suelen ignorar las repercusiones e implicaciones sociológicas de las actuales estructuras "massmediáticas".

2. Descubrimiento académico del periodista como "flautista de Hammelin"

"Aparentemente la gente toma conciencia de los temas (*learn*) en proporción directa al énfasis dado por los medios a esos temas (...) Mientras los medios pueden tener escasa influencia sobre la dirección e intensidad de las actitudes, se establece la hipótesis de que los medios establecen la agenda para cada campana política influyendo en la relevancia de las actitudes hacia los temas políticos (...) Los votantes tienden a compartir la definición compuesta por los medios acerca de lo que es importante".

Con esta afirmación sencilla y contundente, sus autores Maxwell McCombs y Donald Shaw [9] presentaban en sociedad el fenómeno que ellos bautizaron como "agenda-setting function" y que alcanzó tal eco en la comunidad académica internacional que obligó a un giro radical en la consideración de los efectos sociopolíticos y culturales de los *mass media*, y a la elevación de aquella simple noción al pedestal de hipótesis fundamental o punto de partida de toda sociología futura de los medios.

"Agenda-setting" es pues la capacidad de los medios de comunicación de seleccionar y destacar ciertos temas frente a otros y, con ello, lograr que los temas elegidos sean percibidos como importantes por el público. En concreto decían McCombs y Shaw: "Los medios parecen ejercer un considerable impacto en el juicio de los votantes, respecto a lo que ellos consideran que son los temas capitales de la campana" [10] .

Años más tarde el propio McCombs redondeaba la ya entonces muy conocida afirmación y

escribía:

"La idea básica de la 'agenda-setting' es que existe una relación directa y causal entre el contenido de la agenda – o repertorio temático [11] – de los medios y la subsiguiente percepción pública de cuáles son los temas importantes del día. Se afirma un aprendizaje directo de los medios del público respecto de la agenda de los medios, Obviamente, la gente puede aprender sólo aquellos mensajes a los que se expone (...) Se refiere a cómo la gente organiza y estructura el mundo a su alrededor. La metáfora de la 'agenda-setting' es una macrodescripción de este proceso" [12] .

Por mi parte, presenté la noción en la bibliografía española diciendo que "los medios, en función de los mensajes seleccionados, contribuyen a canalizar la atención de la audiencia hacia unos temas, alejándola en cambio de los temas que no son mencionados" [13] .

Personalmente prefería la moderada expresión de "contribuyen", huyendo del mecanicismo estadístico de "relación directa y causal" dado que en los años ochenta un cúmulo de críticas, de base igualmente estadística, acusaban de exageración al causalismo y hablaban de alcance limitado de las pruebas empíricas. En un ambiente general de matización los propios cultivadores norteamericanos del travestismo de la sociología en fisicoquímica ecuacionalizada prefieren designar el fenómeno con la nueva definición acuñada por Elihu Katz en 1980:

"Como consecuencia latente de estarnos diciendo sobre qué pensar, el efecto 'agenda-setting' consiste en que a veces se puede influir en lo que pensamos" [14] .

Por otra parte, en la definición que me permití ofrecer acentuaba el aspecto negativo del efecto, que es justamente el que críticas recientes a la metodología empleada (expuestas más adelante) consideran el menos analizado.

La influencia de los medios es, en efecto, más decisiva sobre lo que permanece oculto que sobre lo que se menciona. Tal idea me sigue pareciendo más crucial y aprovechable en esta línea de investigación: uno no puede estar a favor ni en contra, no puede ni apoyar ni rechazar, aquello de lo que ni siquiera ha oído hablar.

Junto con lo anterior podría sintetizarse en los siguientes comentarios el crucial fenómeno de la repercusión de los medios industriales al que se apunta con la formulación de la función "agenda-setting":

– Conscientemente o no, orquestada o anárquicamente, todos los medios, la mayoría, los de mayor audiencia o cada uno por su lado, seleccionan los asuntos de hecho o de opinión que ellos estiman de interés público. Aunque ya no existiera ulterior intención ni capacidad de sugerir a la audiencia qué "debe" interpretar u opinar, hablarle de unos temas y silenciarle otros condiciona de antemano o restringe *a priori* la libertad de opinión.

– El desconocimiento absoluto de la existencia de un hecho o unos hechos impide al ignorante generar opinión al respecto, sin que dicha persona tenga siquiera sensación de pasar por alto algo que pudiera resultar importante para él. Permítaseme un ejemplo muy local que no requiere ningún tipo de verificación estadística: un estudiante de periodismo no puede sopesar si le conviene asistir a un "master de periodismo" en Palma de Mallorca, no puede opinar si es mejor o peor que el

ofrecido en Bilbao, si ni siquiera sabe o ha oído jamás que se impartiera tal curso en la ciudad balear.

– Si hay algún agente social en condición idónea para instrumentalizar socialmente (aunque fuera sin premeditación) tal obviedad, son sin duda los *mass media*. Los medios están en una posición privilegiada para seleccionar la esfera de preocupaciones de las gentes corrientes, ya que en la mayoría de los temas públicos y en casi todas las situaciones, la única fuente de información sobre "lo que pasa" de que disponen esos públicos es el "menú" ofertado por dichos medios.

– Al ser materialmente imposible que los medios periodísticos reproduzcan la totalidad de asuntos de razonable importancia social, es evidente, en el plano lógico-deductivo, que restringen por fuerza el universo de preocupaciones sociales de los ciudadanos.

– Un cúmulo de pequeñas verificaciones empíricas sobre una ingente heterogeneidad de variaciones circunstanciales ha servido al positivismo anglosajón para construir el aserto, revestido de seriedad científica, de que no existen pruebas concluyentes que permitan conceder a la intuición de la "agenda-setting" algo más del modesto rango de "hipótesis sugerente". Tanto rigor intelectual se ha sustentado sin embargo con el dudoso procedimiento de ignorar de antemano el más elemental razonamiento lógico-deductivo, del estilo de los argumentos básicos ofrecidos en los anteriores párrafos de comentario.

3. Deficiencias y críticas a los hallazgos empíricos sobre canalización

En otro lugar he tenido ocasión recientemente de sintetizar el origen y desarrollo de las abundantes investigaciones sobre "agenda-setting", la multiplicidad de factores descubiertos en la generación de este efecto de los medios y las principales limitaciones metodológicas y teóricas que los propios cultivadores del citado enfoque reconocen en sus trabajos.

Puede decirse, en síntesis, que el enorme y múltiple esfuerzo investigador desplegado – del que deja constancia la exposición cronológica de las investigaciones que acompaña al presente artículo –, es desproporcionado para el escaso alcance de los resultados empíricos obtenidos. Tales análisis demuestran que el efecto "agenda-setting" está ahí, pero la foto que de él se obtiene sigue siendo borrosa y lejana.

Iyengar y Kinder [15] han sintetizado certeramente estas objeciones:

"... con pocas excepciones la "agenda-setting research" ha sido teóricamente *naif*, metodológicamente primitiva, confusa y confundidora... La "agenda-setting" puede ser una metáfora válida, pero no es una teoría" [16].

Dejando al margen las acusaciones de ambigüedad terminológica, en buena medida superadas, y las relativas a falta de sistematicidad de elementos involucrados (que mi otro trabajo arriba citado modestamente pretende paliar), hay otras importantes deficiencias en espera de solución:

1. Sobre la representatividad y extensión temporal de los hallazgos: la mayoría de las pruebas acumuladas insisten en efectos a corto plazo, con muy pocas investigaciones diseñadas siquiera para el medio plazo de un año. Además, los grupos de audiencia seleccionados

suelen oscilar entre las 150 y las 300 personas. Resulta imposible hablar así de representatividad, si bien en ninguna de las muchas minimuestras estudiadas se han obtenido resultados contrarios a la hipótesis de la "agenda-setting".

2. Particularismo y excesiva "originalidad" en cada diseño de investigación: lo que impide la necesaria homogeneidad para un marco de comparación a lo largo de sucesivas pruebas en otros momentos y países.
3. Falta de rigor en la aplicación de la metodología empírica respecto al aislamiento de las variables: aunque es evidente que esto resulta muy difícil en observaciones sobre la sociedad, no ha existido demasiado esfuerzo por respetar el principio empírico básico de aislar la supuesta variable independiente (en este caso, la selección de contenidos de los medios periodísticos) para medir el grado exacto de influencia sobre la variable dependiente (la percepción temática del público).

Rogers y Dearing [17] mencionan la única excepción de Iyengar, Peters y Kinder (1982) que pagaron a las familias seleccionadas para su experimento, para que vieran sólo los informativos especiales de televisión que preparaba el propio equipo de investigadores.

Precisamente esta excepción permitía comprobar que la idea general de esta línea de investigación está bien planteada ya que los resultados confirmaron – con la variable independiente mejor aislada – que la audiencia era canalizada conforme a la selección y enfoque de los informativos elaborados por el equipo, y no conforme a los enfoques dominantes en ese momento en la sociedad estadounidense.

4. Olvido del contraste clave entre el "cuadro periodístico" de una realidad y el "cuadro de la realidad" establecido en fuentes institucionales, gubernamentales o especializadas: difícilmente puede decirse que la jerarquización y selección temática de los medios influye en la percepción popular más que la realidad contrastada de la importancia de un tema, si no se cuantifica y analiza el grado de presencia o importancia real de dicho tema, a través de unos indicadores ajenos a los medios, como estadísticas oficiales, etc.

Considerando esta deficiencia sugiero que, en lugar de comparar exclusivamente el énfasis de un tema en los medios con el énfasis de tal tema en la percepción del público, habría que localizar temas de objetiva gravedad en estadísticas oficiales, comparativamente muy poco tratados en los medios.

5. Limitación a los temas o sucesos estrictamente políticos: los temas de una agenda electoral, o todo lo más cuestiones de polémica sociopolítica genérica (como delincuencia, impuestos, problemas sanitarios, etc.) han sido el casi exclusivo foco de atención de los investigadores en "agenda-setting".

Escasas investigaciones (como Galloway en 1981 y Hauser en 1986 [18]) se han planteado por ejemplo el análisis empírico de la canalización de la publicidad hacia ciertos productos o gama de productos. Sin embargo, la naturaleza de este otro campo temático permite un mejor aislamiento de las variables de observación e incluso unos resultados mucho más inapelables respecto a la canalización periodística.

En España, por ejemplo, un estudio de J. Esteve titulado *La influencia de la publicidad en*

televisión sobre los niños. Los anuncios de juguetes y las cartas a los Reyes Magos [19] , aunque sin ajustarse con claridad al paradigma de la "agenda-setting", mostraba con gran transparencia la existencia de este tipo de canalización en el público infantil.

6. Falta de comprobación del grado de consciencia del público sobre su supuesta canalización: como declara Weaver [20] es casi imposible saber si los miembros de la audiencia se sienten canalizados por los medios por la sencilla razón de que la mayoría de los estudios realizados han olvidado preguntar por qué piensa el encuestado que determinados asuntos o temáticas son importantes.

La propia existencia de todas estas críticas (la mayoría recientes y sustitutorias de otras menos precisas y más genéricas) demostraría – como señalan Rogers y Dearing [21] –, que existe una progresión metodológica, desde los iniciales estudios unidireccionales y de sección transversal (un corte aislado en el tiempo y en el espacio) a otros diseños más sofisticados que permiten una exploración más acertada de la "agendasetting" como *proceso*.

Aun así, los propios participantes anglosajones en la investigación de "agenda-setting" siguen realizando su autocrítica en el terreno casi exclusivo de la especificación de nuevas variables circunstanciales.

Tal planteamiento es el clásico y lógico en las concepciones empírico-positivistas de las ciencias, pero – si bien es necesario en un cierto sentido –, la desembocadura de ese sendero es fácil de predecir: una disolución teórica aún mayor en un bosque de infinitesimales variaciones circunstanciales.

No es el camino de la "disgregación de las unidades de análisis" [22] el más desasistido, sino el de una auténtica construcción teórica que aglutine, en lugar de separar, los fundamentos básicos, persistentes e innegables del proceso de canalización. Estos estarán presentes siempre, por encima de las lógicas diferenciaciones circunstanciales.

Si convenimos que el conocimiento completo de un campo de la realidad requiere una respuesta satisfactoria a las cinco preguntas de qué, cuándo, cómo, por qué y con qué consecuencias, podrá entenderse que la propuesta de ampliación casuística – sugerida por los citados Rogers y Dearing –, apenas serviría para una ampliación del archivo documental del cuándo y una superficial visión del cómo; partiendo además de (y reforzando) una epidérmica formulación del qué, congelada, por tanto, sin posibilidad de profundización.

Las respuestas al por qué y con qué consecuencias son siempre mucho más decisivas (aunque problemáticas) y reveladoras, permitiendo así un redescubrimiento insospechado del qué exactamente estamos tratando y cómo o de qué modo se originan y se desarrollan sus procesos.

Para avanzar por este otro camino, el enfoque positivista es el mero punto de partida (nunca la meta). Es precisa además la fijación de las claves constantes que laten bajo la apariencia de diversidad observada, y la interrelación teórica de muchos otros enfoques sobre la canalización o el reduccionismo de la realidad, que pueden estar aludiendo a los mismos problemas que la escuela de la "agenda-setting", pero desde enfoques completamente distintos y mucho más abarcadores.

Los propios positivistas reconocen, como Rogers y Dearing [23] la necesidad de lo que ellos llaman una "meta-research" – en palabras de Swanson [24] un desarrollo teórico, no otro estudio empírico más – es decir, una elaboración de orden más fundamentante que supere el fragmentarismo circunstancial de la observación empírica.

Pero cuando estos autores describen los componentes de esa decantación más elaborada de conocimientos se limitan a proponer sistemas más sofisticados de tabulación cruzada para un conjunto supermúltiple de variables.

Continúan esclavos de la misma carencia inicial: la indigencia intelectual del positivismo no ilustrado, ignorante de la comprensión del mundo aportada por el razonamiento sociológico y filosófico, e incapacitado además para el ejercicio lógico-deductivo del que se nutre este conocimiento abstracto.

Las propuestas de los empiristas son de ampliación, no de profundización. No escapan del plano epidérmico de la observación exterior no interpretada axiológicamente.

Cabe aquí aplicar lo que Umberto Eco critica, a través de un personaje de "El péndulo de Foucault", a la conceptualización dominante de la ciencia moderna: "Descubren con medios increíblemente complicados una verdad lineal y mucho más antigua y ya conocida. La que es perversa es la lógica de la ciencia. La lógica de la sabiduría no necesita hacer descubrimientos porque ya sabe" [25] .

Sin pretender afirmar en este caso que lo descubierto empíricamente fuera ya conocido de sobra, creo que sí viene a cuento recordar que saber no siempre equivale (y a menudo supera) a probar empíricamente.

Tal y como la reunificación de diversas líneas de la reflexión sociológica ayudará a comprender, lo que para la "agenda-setting research" es un problema de diversidad circunstancial inabarcable, para el conocimiento teórico del orden social y de los problemas de segmentación de la realidad socialmente percibida, la canalización o tematización periodística es una inapelable evidencia de poderosísimas consecuencias.

4. Replanteamiento teórico de la "canalización temática" como función-efecto prototipo de la "construcción social de la realidad"

El problema de la "definición periodística de la realidad" y sus consecuencias para los procesos de decisión en las instancias públicas, o para el particular universo perceptivo de los individuos es, en efecto, campo de reflexión central o complementario de diversas escuelas o tradiciones sociológicas.

En la propia Norteamérica han aflorado, como luego veremos, varios de estos desarrollos teóricos sistemáticos; incluso algunos de los analistas empíricos anglosajones del enfoque "agenda-setting" reconocen o señalan esporádicamente ciertas implicaciones para su materia de estudio, de corte más teórico o de base. Pero es, sin duda, en Europa donde mayor número de observaciones y reflexiones suprapositivistas se están generando. En unos casos tales observaciones pretenden directamente fundamentar una auténtica teoría que dé cuerpo y estabilidad científica al paradigma

de la "agenda-setting". En otros intentan establecer una explicación sistemática del orden social y sus agentes constructores que, explicando el cómo y el por qué de las estructuras de reproducción y construcción del "mundo de la vida" [26] , permiten de paso iluminar e integrar el fenómeno de la "canalización periodística" en una interpretación de orden superior.

4.1. Aportaciones teóricas de especialistas anglosajones en sociología de la comunicación de masas

Entre los propios practicantes de la metodología empírica de la "agenda-setting", o entre otros analistas de las repercusiones sociales de la actividad periodística, se generan también reflexiones, más o menos esporádicas, de un alcance teórico superior sobre el fenómeno de la canalización. Aunque el ambiente pragmático anglosajón en el que se producen tiende a ceñirlas al comentario de circunstancias concretas, apuntan a una interrelación entre medios y sociedad de mucha mayor envergadura. La propia sociología empírica de los *mass media* ofrece así evidencias insuficientemente aprovechadas para una más contundente afirmación de la canalización periodística de la comprensión de la actualidad.

Iyengar y Kinder [27] introducen, por ejemplo, en un trabajo específico sobre "agenda-setting", la posibilidad de un efecto más sutil y decisivo que la mera canalización periodística hacia unos temas: una canalización hacia determinados estándares genéricos de interpretación de cualquier tema. Adoptan la idea y hasta el término de designación *priming* de los sociólogos Fiske y Taylor [28] , para quienes el *priming* en la comunicación social (literalmente "predisponer de antemano" o "cebar") consistiría en el efecto que el contexto de toda acción o hecho tiene en la interpretación y recuperación de información que podamos hacer sobre aquél.

La canalización contextual o valorativa tendría en realidad dos vertientes; a) Desde un punto de vista, la selección de temas o hechos que hacen los medios va acompañada de algún tipo de valoración positiva o negativa, por muy sutil e inconsciente que ésta sea. Los medios "contextualizan", lo que equivale a decir que orientan y seleccionan entre diversos contextos posibles. b) Desde otro punto de vista, la selección temática o de aspectos se produce como consecuencia de que existe ya cierto contexto en el que se desenvuelve el periodista o el medio, a su vez el contexto definido es reforzado en la mentalidad pública mediante el ejercicio habitual de dicho tipo de contextualización. Al respecto estos autores citan que la práctica periodística contextualiza como relevante aquello que puede ser consumido en el ambiente de una predisposición hacia el entretenimiento. Dicho reduccionismo de la selección de noticias en virtud del contexto de predisposiciones al entretenimiento ha sido analizado, con referencias muy anteriores, por mí mismo [29] .

La construcción y el refuerzo de los contextos de interpretación por la selección periodística de realidades desemboca directamente en el problema de la canalización sobre códigos de valoración o de interpretación del mundo, mucho más decisiva por subyacente a y preconditionante de cualquier otra.

Para Swanson [30] la importancia de la canalización previa sobre valores había sido ya expuesta por Blumler y Gurevitch en 1981 cuando ponen de manifiesto que en la relación entre periodistas y fuentes políticas, más que los modelos simplistas de colaboración o adversarios, tiende a generarse la coincidencia de "marcos comunes de interpretación de lo que es noticia".

Con la alusión al trabajo de Blumler y Gurevitch se introduce la referencia a la creciente serie de estudios sobre los procesos de selección y rutinización de lo que los profesionales consideran noticia. Es esta una corriente ciertamente diferente de la "agenda-setting research" pero muy interesante para integrar con ella por la confirmación que aporta, – desde una perspectiva no positivista pero sí pragmática –, de que la selección periodística de noticias o aspectos de la realidad opera bajo rígidas rutinas precondicionantes de cualquier interpretación ulterior del mundo. Estudios como los de Altheide y Snow [31], Tuchmann [32] o el ya mítico de E. Epstein *News from Nowhere* [33] iniciaron una larga serie de descripciones de los modos profesionales de selección que confirman sin género de duda el encorsetamiento y la reducción de la realidad que se opera en el producto periodístico.

La conexión entre el reduccionismo de la selección periodística y la teoría de la canalización es propuesta de forma mucho más directa y con mayor altura teórica por la que podríamos denominar "escuela italiana", a la que aludiremos más tarde [34]. Pero no se podría cerrar el capítulo de desarrollos teóricos desde el campo de los comunicólogos anglosajones sin hacer una referencia especial al inglés Stuart Hall y su "escuela de Birmingham" ("Centro de Estudios Culturales Contemporáneos" de esa ciudad).

Precisamente este autor ha insistido más que ningún otro sociólogo de la comunicación en que las noticias "no crean un nuevo conocimiento del mundo. Crean un reconocimiento del mundo tal como previamente hemos aprendido a apropiárnoslo" (1973, a). De la canalización de la realidad que impone el contexto perceptivo-valorativo en el que trabaja el periodista y del refuerzo de las mismas preconcepciones o estereotipos en el público, como consecuencia del trabajo de aquél, se crearía según Hall "la imposición de una unidad o coherencia imaginaria". Las noticias "codifican" el mundo en función a su vez de unos "códigos" y todo ello (con omisión de otras muchas diversidades ya no posibles) sugiere una interpretación o "lectura preferente" a la que cuesta resistirse [35].

A partir de estas reflexiones y otras similares he tenido personalmente ocasión de exponer [36] que el efecto de la canalización periodística llega mucho más lejos y con consecuencias sociales mucho más profundas que la mera disyuntiva entre unos temas destacados u otros. Porque afecta no sólo a que nos fijemos en unos asuntos, sino a que veamos cada vez más limitadas nuestras capacidades cognitivas o perceptivas para ocuparnos de cualquier asunto que no encaje en las estructuras de percepción que habitualmente nos son fomentadas desde el rutinario cuadro cotidiano de la visión periodística del mundo.

Hay pues un tipo de selección previa referida a los "valores sociales vigentes", que explicaría el por qué del éxito público de unos temas en lugar de otros. Hay noticias o temáticas que seleccionadas por los medios en un momento tienen una actualidad efímera, pasan sin pena ni gloria. Otros temas por el contrario – ni más graves ni decisivos, analizados fríamente –, corren como reguero de pólvora en cuanto son presentados por algún medio; se diría que caen en terreno especialmente abonado para despertar la atención general. Un ejemplo de valor dominante, que favorece una selección periodística de cualquier anécdota relacionada con él, y que a su vez se refuerza en la sociedad por la canalización periodística hacia nuevas manifestaciones de él, es el feminismo o su antivalor, el machismo.

4.2. Otras aportaciones teórico-pragmáticas para una comprensión global del fenómeno de la

canalización periodística

A mitad de camino entre la descripción pragmática de los *modus operandi* concretos de las redacciones periodísticas y de la reflexión abstracta sobre el significado y consecuencias sociopolíticas de aquellos, autores de diversa procedencia académica y geográfica aportan explicaciones de gran interés para establecer el modo y las tendencias de la canalización periodística, en función de la particular lógica interna ("profesional" decimos) de la restricción periodística del "mundo de la vida". Los norteamericanos Roshco [37] y Graber [38], los escandinavos Galtung y Rüge [39], o los alemanes Noelle-Neumann [40] y Böckelman [41] pueden citarse entre los más representativos.

Todos ellos coinciden en la existencia de unas "reglas de atención" (psicológicas unas, organizativas otras) que restringen a priori el tipo de temas o la perspectiva de cada tema que recibirán cobertura periodística y aceptación popular sin que medios ni público general perciban la ausencia de lo omitido.

Dichas reglas coinciden con los valores de noticia (*news-values*) y preconcepciones estereotipadas de la objetividad, estandarizados en las redacciones de la mayoría de los medios. La *inmediatez, proximidad geográfica o psicológica, impacto dramático, sencillez de comprensión para el público general, rareza o novedad dentro de los esquemas de interpretación verosímil del mundo*, serían las principales reglas que permiten comprender de antemano hacia dónde se dirigirá la canalización periodística. Tales reglas, por otra parte, ya fueron expuestas y sistematizadas en sus rasgos esenciales por Robert Park en su artículo "News as a form of Knowledge" [42].

Con independencia de las citadas características de la tipología de asuntos más "naturalmente" seleccionables para los medios, hay un campo del problema de la canalización que nunca antes había sido abordado por autores directamente implicados en la "agenda-setting research", a pesar de su innegable verificabilidad positivista.

Me refiero a los modos de construir un mensaje canalizador y por tanto reductor de la más amplia realidad que se supone descrita. Son en este caso los analistas de los medios que incorporan una perspectiva semiótica quienes ilustran múltiples variantes de focalización informativa, típicamente utilizadas en las redacciones periodísticas. La mera presencia de tales operaciones en el proceso de selección de un texto o de una variante de un texto constituye, en mi opinión, una prueba irrefutable de que el producto periodístico es en esencia reductor y canalizador de la percepción de la actualidad, al margen de sus mayores o menores repercusiones.

Lorenzo Vilches [43], en esta línea que ahora incorporo, sistematiza las diversas técnicas de lo que él denomina "las tijeras del agente forestal". El las refiere al modo de producción televisiva, pero es patente que con las lógicas adaptaciones circunstanciales son extrapolables a cualquier medio. Por otra parte queda también claro en su esquema que muchas de estas operaciones proceden de la necesidad ineludible de acoplarse a un espacio informativo muy estrecho (la tiranía del formato o del tiempo en televisión), pero no por ello deja de producir una "ablación del conjunto para aislar un fragmento". Las operaciones básicas serían:

1. *La selección*: una elección entre los núcleos o sintagmas que al lector (el profesional) le parecen los más útiles para construir su breve texto periodístico. El redactor a menudo ha

de resumir textos previos facilitados por otras fuentes y aun pretendiendo optar por los elementos más representativos del sentido general del texto original, no evita que sea ya una reinterpretación.

2. *La focalización*: el redactor profesional antes que nada ejerce como lector concreto que experimenta en carne propia lo que a su juicio merece destacarse, subrayando y marcando en el texto lo que entiende de más interés.
3. *La refocalización*: un valor añadido al anterior que consistiría en utilizar un texto o aspectos del mismo para ilustrar, interpretar o completar otros textos: "Un despacho del teletipo sobre datos económicos (transformado) en una breve historia de los éxitos en política económica de un gobierno (...) noticias diferentes puestas en secuencia de modo que sugieran una lectura de causa/efecto indirecta", etc.
4. *El injerto*: la inclusión de una referencia o un dato aislado dentro de otro texto. El problema en este caso, dice Vilches que cita a Compagnon, es que todo injerto corre el peligro de provocar rechazo del órgano extraño, aunque todo dependerá del talento del jardinero o cirujano.
5. *La "ilustración"*: consistente en simultanear diferentes textos aunque de similar naturaleza para apoyar o reforzar. Dicha operación resulta casi imprescindible en televisión, donde las imágenes son la ilustración que justifica la atención al medio: "El horror que la televisión – dice Vilches [44] –, le tiene a la falta de imagen y que la impulsa a “decorar” un texto con una imagen de relleno logra a veces cambiar totalmente el sentido del discurso verbal”.

Dichas operaciones genéricas se complementan o cristalizan a través de otras técnicas narrativas más concretas como: "el grado cero" (supresión de la voz o el sonido directo), la cita, la reconstrucción, el comentario, el ocultamiento de lo importante entre lo marginal ("entrevistas a políticos en programas del género 'revistas del corazón'"), la alteración de la sintaxis narrativa original, etc.

Todas estas observaciones de los procesos concretos de la producción periodística tienen, como adelanté antes, la fuerza de un argumento mucho más categórico que la comprobación positivista de las respuestas de una muestra del público. Sin embargo toda esta perspectiva suele ser a su vez inexistente para los cultivadores de la "agenda-setting research" cuando establecen que no existen pruebas concluyentes de que los medios sean determinantes en la percepción temática de los ciudadanos corrientes.

4.3. La teoría sociológica de Niklas Luhmann y su interpretación de la función social de los medios de simplificación de la complejidad

La teoría sociológica de Niklas Luhmann es uno de los mejores exponentes de las posibilidades de consolidación científica de la "hipótesis" de la canalización periodística, en el momento en que sea integrada, como manifestación particular y concreta, dentro de una interpretación global de la sociedad, mediante una abstracción teórica del máximo rango y exigencia.

Dicho en otras palabras, lo que a los positivistas prácticos y de escaso vuelo siempre les

producirá la desazón eterna de si con otra muestra y otro medio periodístico observados se obtendrían otros resultados numéricos, en una interpretación racionalmente profunda de lo que es la interacción social o el problema de la percepción individual o social de la realidad, aquel fenómeno "hipotético" de la canalización se convierte en una evidencia forzosa, tan sólo matizable en el plano práctico.

El punto de partida de la vastísima y complejísima teoría sociológica de Luhmann es el reconocimiento de la a su vez "creciente complejidad de la realidad social" [45] . Incluso las sociedades modernas nacen y se desarrollan como estructuras diferenciadas, desde el punto de vista funcionalista de su "creciente complejidad sistemática" [46] . La complejidad es de tal envergadura que "solamente una teoría sociológica dotada de una complejidad paralela a la de la realidad social podría consolidarse como ciencia" [47] .

Para abordar este reto Luhmann parte de la teoría sistemática de T. Parsons, si bien estableciendo un funcional-estructuralismo reformado que no es objeto de estas páginas desarrollar [48] .

La complejidad del sistema social y sus diversos subsistemas (político, económico, científico, religioso, etc.) contrasta según Luhmann, con la necesidad que el sujeto individual tiene de simplificación: "El sujeto – dice Habermas explicando a Luhmann –, dentro de la estructura social eminentemente compleja, necesita hacerse cargo de dicha complejidad y hacerla manejable" [49] . Por eso cada subsistema dispone de unas estructuras mediadoras propias que "mediante su cortejo de símbolos secundarios, vocabularios específicos e ideologías" [50] , cumplen la función de facilitar la relación entre el sujeto particular y ese ente tan abstracto.

A ese proceso de simplificación le llama Luhmann "tecnificación del mundo de la vida" [51] mediante el cual el sujeto particular queda eximido de tener que recoger, formular y explicitarse todas las referencias del sentido de cada acción que dicho actor ejecuta o que le afectan [52] .

Pues bien, si el individuo corriente busca que "le den las cosas hechas" (atreviéndonos a emplear una frase vulgar), y tal necesidad está presente en su interacción con los grandes subsistemas que afectan a su vida (político, económico, etc.) tal deseo de simplificación resulta especialmente agudo en el plano de la comunicación social.

De hecho, dos de las características más novedosas según Luhmann de las sociedades actuales son la cristalización por primera vez de una auténtica "sociedad mundial" (*Weltgesellschaft*) con la presencia paralela de una "opinión pública mundial", y el papel integrador que para ambas representan los medios industriales de comunicación [53] . "El ciudadano normal – dice Navas [54] explicando a Luhmann – encuentra en su vida cotidiana muchos problemas resueltos: habitualmente no se enfrentará con el mundo sino con las noticias".

Empieza a comprenderse el papel crucial de definición de la realidad e integración social que para el individuo corriente cumplen los medios periodísticos o *massenmedien* en general, según Luhmann, Con el agravante además – frente a los mecanismos de simplificación de los otros subsistemas – de que los receptores de información periodística carecen de auténticos puntos de contraste evaluador sobre la selección informativa operada. En los medios periodísticos se comparte una unidad de lógica selectiva, conforme a los estereotipos de "actualidad" y "captación de atención", que resultan indispensables en los restantes subsistemas, donde los competidores

ofertan y vigilan una pluralidad de alternativas.

Se da así la paradoja de que la sociedad mundial necesita y encuentra en los medios periodísticos el instrumento adecuado para la integración inmediata, pero, por otro lado, su labor (apenas verificable o criticable por los sujetos particulares), impone la suposición de una realidad común y una participación común: "la ficción se impone operativamente y deviene en realidad" [55] .

Desembocando en el problema de la canalización periodística puede decirse ya que, si bien no la aborda directamente, apunta a ella como una característica esencial de nuestras sociedades, tiene repercusiones determinantes para las mismas y además es la respuesta natural a la necesidad acuciante de simplificar nuestra relación cotidiana con el mundo.

Luhmann, en efecto, no emplea directamente la idea de la canalización periodística y ni siquiera menciona la expresión "tematización", como le supone Saperas [56] . Sí hace, en cambio, referencia al "proceso de definición de temas" [57] para explicar esa función integradora fundamental de los medios. En virtud de tal proceso la comunicación pública se simplifica o concentra sobre los temas periodísticamente definidos. Esos temas son compartidos mayoritariamente gracias a los medios industriales de comunicación.

Lo anterior conlleva repercusiones decisivas para la propia noción de opinión pública, que frente a la concepción idealista liberal de producto consensuado de un debate democrático y racional, Luhmann la define ya sólo como un mecanismo psicosocial de reducción de la complejidad social, inabarcable por los individuos, y limitado a esos pocos asuntos – y en sus referencias básicas – que los medios periodísticos revisten de atención "pública".

A su vez la función que a dicha "opinión pública" compete en el subsistema político no es más que la de compaginar la sensación de participación democrática con unas simples referencias básicas, que basten a la gente corriente para sentirse en comunidad con el resto y ejerciendo supuestamente unos derechos políticos [58] . Esta idea es presentada por Luhmann sin ningún matiz de crítica, como una cuestión de hecho, ya que, en su opinión, los individuos corrientes no quieren otra cosa, dada la oposición radical entre complejidad social y necesidad psicológica individual de simplicidad.

La opinión pública es ya simplemente "una estructura común de sentido, que permite alcanzar, por parte de los individuos, una acción intersubjetiva, evitando las consecuencias negativas para el sistema social de una dispersión de las preocupaciones individuales" [59] .

Por lo que se refiere al objeto central del presente trabajo vemos que, en síntesis, "opinión pública" y "canalización periodística de la actualidad" son una misma cosa: la segunda construye la primera y aunque pudiera objetarse que Luhmann no entra en la casuística de qué otros agentes sociales pudieran predeterminar o competir con los medios periodísticos en la producción del proceso, él aporta, en cambio, la interpretación de que los medios no sólo construyen tal proceso: sino que, además, haciendo eso, cumplen una función indispensable para la interacción entre los diversos subsistemas sociales y los individuos. Más aún, con la teoría sociológica de Luhmann el fenómeno de la canalización periodística supera el estadio inmaduro de tener que someterse a la comprobación empírica continuada, ya que dicha teoría permite asegurar que los medios periodísticos no pueden estar haciendo ninguna otra cosa más que esa, dadas las características que

tienen o que le corresponden a cada una de las piezas del complejo engranaje de la estructura social.

4.4. Los "massmediólogos" italianos de la "tematización"

La utilidad de la teorización de Luhmann para la comprensión global del fenómeno de la canalización periodística queda paladinamente demostrada por una serie de especialistas italianos en comunicación de masas que, a lo largo de los años ochenta, engarzan la teoría fundamentante del alemán con la descripción pormenorizada del funcionamiento de los medios, procurando integrar también las conclusiones empíricas de la escuela norteamericana de la "agenda-setting research".

Como explica Agostini [60], uno de los miembros de este grupo, Luhmann se limita a señalar que en la compleja subdivisión de intereses y dedicaciones de la sociedad contemporánea, la articulación de una comunicación política común consiste en un "*proceso de definición de temas*" como de relevancia e incumbencia general.

Para Luhmann la opinión pública es simplemente la resultante de la "tematización" (dicen los italianos), o sea, de resaltar o destacar un tema o unas opiniones entre otras. De ahí que para Agostini [61] "el concepto (de tematización) es tomado del campo de la sociología política y de la opinión pública y desemboca en el de la selección redaccional de noticias".

Según estos autores italianos, Luhmann no llega a describir en detalle el papel tematizador desempeñado por los medios. En consecuencia sería dicha escuela italiana – comenzando por Giorgio Grossi [62] en 1981 y 1983 –, la que partiendo de esa iluminación inicial (las primeras traducciones de Luhmann son precisamente al italiano), se dedicaría a examinar el papel estelar de los *mass media* en la tematización de la realidad [63].

Según Grossi "hay una especificidad de los *mass media* y una función particular de la tematización que consiste en la capacidad simbólica de estructurar la atención, de distinguir entre "item" y opinión, de programar la duración cíclica de los temas de Estado" [64].

Tal capacidad especial o "tematización" es entendida directamente por los autores italianos como una modalidad del tratamiento periodístico de la información, y es definida, a su vez, como una *información segunda* o secundaria que, siguiendo a Marletti [65] proporciona el *valor de intercambio* que toda información primaria requiere para ser reconocida, siquiera temporalmente, como algo que merece la atención especial y preferente de todos.

El proceso de "tematización" cristaliza a partir de diferentes recursos para hacer más eficaz la retención en la memoria y en la atención colectiva de algunos asuntos. Esos recursos son por ejemplo "el comentario de los expertos, el juego de las partes encontradas (balance de opuestos en una supuesta polémica), la tematización mediante encuestas, interrogación o entrevista" [66]. El resultado del proceso es la "producción de una realidad públicamente relevante, destinada a una eficaz memorización" [67].

Las verificaciones empíricas norteamericanas de la "agenda-setting" son aprovechadas por esta corriente interpretativa como prueba fáctica, pero indicando ya que el problema de la

"tematización" es mucho más complejo y requiere una altura teórica muy superior a la mera verificación de la transferencia medios-audiencia de la designación o etiqueta de "los diez temas del momento" [68]. La "tematización", más allá de tan superficial conexión nominativa, implica algún proceso más complejo de articulación, para estos autores. En ese sentido incorporan la visión de Rositi sobre tres niveles de estructuración periodística de las opciones seleccionadas: señalamiento de primer grado, jerarquización de la importancia del tema y concentración de la atención pública sobre el asunto con posibilidad de movilización de decisiones. Según Agostini, en el ámbito anglosajón sólo la investigación de Benton y Frazier [69] ha analizado y comprobado – para un único caso práctico –, la influencia periodística en la canalización pública de esos tres niveles. Una vez más, por tanto, el positivismo norteamericano se revela superficial para abordar en toda su magnitud el fenómeno del que dice ocuparse.

Respecto al nivel de responsabilidad de los medios en el proceso social general de "tematización" de la realidad, estos autores reconocen – al menos para el ámbito de la política – un papel compartido con las fuerzas o instituciones políticas. En ese sentido no son tan radicales como para afirmar que la canalización periodística coarte y condicione en exclusiva la tematización política. Recurriendo a una metáfora Agostini dice que los medios, sin llegar a escribir el papel que llegan a ejecutar los actores de la política, construyen su escenografía cotidiana [70].

Sin embargo esta conclusión moderada puede ser sobrepasada desde las reflexiones que el mismo autor muestra a renglón seguido. Cuando citando a Grossi y Mazzoleni comenta que la aplicación de la nueva conceptualización del rol periodístico plantea transformaciones profundas de la práctica profesional: la especialización del viejo cronista político, entendido como un mero narrador comentarista, varía y se transforma en una figura mucho más compleja.

Vemos ahora, en efecto, que tanto si es de forma consciente o no, dicho comentarista enfatiza unos asuntos sobre otros, los aísla o los relaciona con otros (recuérdense las técnicas de construcción del texto periodístico enumeradas por Vilches [71]), y construye unos marcos de percepción colectiva en definitiva.

El propio Agostini menciona el nuevo papel activo que en esta dirección conscientemente canalizadora practican los oficiantes de un nuevo género llamado "periodismo de precisión" [72]. Este nuevo tipo de periodistas utiliza métodos precisos de cuantificación sociológica para presentar ante los ojos de la sociedad la evidencia numérica que sistematiza global e interrelacionadamente la complejidad social.

Con toda claridad los creadores y propulsores de esta nueva forma de concebir el trabajo periodístico (P. Meyer y Demers, sobre todo) [73] ponen ante los ojos de los periodistas prácticos una reflexión nunca antes considerada por ellos: 1) que la descripción y visión final que se obtiene de un asunto de actualidad depende decisivamente del método empleado para analizarla, y 2) que los periodistas tradicionalmente se han limitado a un único método rutinario de analizar y contar la actualidad, ignorando así – y haciendo ignorar a lectores y audiencias – que la actualidad tiene muchas otras facetas, imposibles de clarificar por el método periodístico tradicional, por lo que, en consecuencia, 3) los periodistas deben empezar a superar las estériles discusiones sobre grandes principios (libertad de prensa, objetividad...) y empezar a preocuparse por la cuestión trascendental de los métodos, tal y como también han hecho las ciencias sociales.

Las interrelaciones existentes entre muchos problemas sociales suelen permanecer ocultas y el gran público ignora su trascendencia como consecuencia de dicha dispersión y complejidad. No se hacen visibles para el ciudadano corriente porque ningún medio de comunicación practicaba el método de la cuantificación estadística rigurosa, el análisis cruzado laborioso de múltiples listados de datos que son públicos pero nadie se toma la molestia de relacionar, etc. Por todo ello, el periodista de precisión tiene plena consciencia de estar rompiendo con un tipo de canalización rutinaria y dominante y estar introduciendo, siquiera como alternativa, otro tipo de canalización de la atención pública hacia asuntos tremendamente graves pero que antes eran siempre pasados por alto.

A la vista de lo que puede suponer un esfuerzo consciente y sistemático por acercarse y analizar la actualidad con nuevos métodos de trabajo, puede concluirse que la actividad del periodista es crucial en la canalización o tematización de la realidad. La cuestión llega mucho más lejos que a "establecer la escenografía cotidiana" como declaraba Marletti, pues el trabajo periodístico ejecutado de otro modo puede literalmente situarnos a todos – público e instituciones – en otro mundo, ante otra realidad; tan real como la que vemos por costumbre, e incluso más grave y determinante.

Aunque los autores italianos han tenido la perspicacia de relacionar el fenómeno de la "tematización" con la revolución práctica del "periodismo de precisión", no han llegado, en mi opinión, a comprender sus radicales y definitivas consecuencias.

Agostini escribe, por ejemplo, de forma muy morigerada, que *"la tematización realiza constantemente el papel de instrumento con el que la información periodística abandona, de cuando en cuando, la función de intérprete o de orientación, o de simple registrador de la realidad"* [74].

Ante lo cual me pregunto: 1) ¿cómo puede plantearse a estas alturas una diferencia entre "tematización" e "interpretación/orientación"?, y 2) ¿puede hablarse de "simple registro de la realidad"? ¿Qué es la realidad si acabamos de aceptar que su aspecto cambia según cambie el método empleado para abordarla?

Y sin embargo el propio Agostini apunta en otros momentos a la visión más radical que yo personalmente reivindicó cuando, además de insistir en la nueva vía del "periodismo de precisión", señala que a través de muchos medios o secciones especializadas los medios se encargan de situar ante la atención pública muchas otras cosas que compiten con los temas políticos (tal vez los más controlados por los agentes institucionales) y que incluso hacen palidecer a aquellos. La irrupción de temas como modas sociales, ocio, vida cotidiana, etc., confirma que "la información periodística va cada vez afirmándose más como la sede o el instrumento de definición de la realidad, como el lugar en el que se tematizan los aspectos y los problemas relevantes" [75].

Por otra parte, y fruto de su doble preocupación por los aspectos teóricos y los detalles prácticos del fenómeno, la escuela italiana comenta y analiza diversas especificaciones y circunstancias, complementarias o ampliadoras de las ya conocidas conclusiones norteamericanas.

Los procesos de tematización periodística, dicen por ejemplo, no son reducibles a un solo tipo ni a un mismo grado de supremacía frente a otros agentes sociales. Hay casos en que todos los medios

seleccionan y comentan un acontecimiento "obligado" y otros en que la decisión personal de un periodista o un medio saca a la palestra un asunto antes no mencionado por ningún otro medio.

La tematización, señalan también, admite una diversidad tipológica que podría resumirse en las tres modalidades básicas siguientes: 1) *Sobre casos excepcionales*: la que surge por la atención periodística atrapada en acontecimientos espectaculares a los que no cabe substraerse y que normalmente serán abordados conforme a rutinas mecanizadas e irreflexivas. 2) *Sobre las grandes cuestiones de la vida cotidiana*: asuntos en los que una determinada encuesta, la mención de un aspecto diferente respecto a una situación o problema que era tenido por crónico, la cobertura informativa de algún matiz que revoluciona una situación que se suponía ya sabida... son casos que provocan una atención pública general sobre ciertos asuntos antes ya percibidos en sus líneas generales pero no agudizados como la nueva versión propone. En este tipo de tematización la actuación de los medios sería semi-deliberada.

3) *Tematización racional o premeditada*: la que decididamente un medio decide provocar sobre aspectos o asuntos que no pertenecen a la "lista de hechos del día" y sin venir demandada por las exigencias de la rabiosa actualidad: mediante una encuesta encargada deliberadamente sobre un tema latente, un reportaje sobre análisis de datos cruzados nunca antes comparados, etc., los medios pueden poner en marcha otros procesos de "memorización" colectiva o afloración de "opinión pública" entendida a la manera luhmanniana [76].

Gracias a las aportaciones de estos autores italianos puede decirse, en síntesis, que la tematización o canalización periodística – según queramos llamarla – tiene una complejidad y variedad de manifestaciones muy superior y de repercusión social más estructural que el escaso ámbito descubierto por las pruebas positivistas de corto alcance. Por otra parte, aunque dichos autores tienden también, a la hora de establecer conclusiones, a refrenar el papel estelar de los medios como filtro prioritario de la realidad, sus propias observaciones antes expuestas contienen de por sí solas un germen de acusación en ese sentido mucho más audaz.

4.5. La canalización periodística a la luz de la teoría de "la construcción social de la realidad"

Esa indecisión dubitativa de la escuela italiana consiste en plantear una variedad de agentes y procesos sociales en competencia con los medios, e incluso con capacidad de dirigir y reconducir la actividad de los medios, que tendrían tanta o más fuerza de definición de la realidad y de la "opinión pública".

Sin embargo, otra escuela de pensamiento norteamericana (no todo lo estadounidense es empirismo positivista) puede servirnos para establecer con mayor firmeza la preponderancia de los medios periodísticos sobre otros agentes del control y la definición de la realidad. Dicha teoría explica cuáles son los mecanismos y las reglas por las que el conocimiento social de la realidad es esclavo de unos procesos de institucionalización y rutinización del mundo de la vida cotidiana. Tales mecanismos harán que ciertas "realidades" sean confirmadas y en cambio otras carezcan de credibilidad social, lo que lleva a marginarlas y casi negarles la existencia. Pues bien: si se contrasta todo lo dicho hasta aquí sobre la capacidad y actividad seleccionadora de los medios periodísticos, con la referida exposición de los procesos de *construcción social de la realidad*, ningún otro agente como el periodístico reunirá tan magníficas condiciones para producir y protagonizar tan decisivo proceso. Poco importará entonces que las pretensiones canalizadoras no se fragüen desde dentro de los medios, si a la postre son el instrumento con el que aquéllas se

llevan a la práctica.

La idea de que existe una "construcción social de la realidad" está hoy profusamente extendida entre los pensadores sociales, se llega a ella desde diversas escuelas de análisis sociológico – como la sociofenomenología, el interaccionismo simbólico, la semiótica y la etnometodología –, y según comenta un autor italiano, lleva camino de convertirse en palabra para todo, con la que desembocan incluso en tesis contrapuestas [77] .

"Construcción social de la realidad" en la versión más delimitada, que es la ahora presentada, cristaliza y se difunde a partir de la obra del mismo título de Peter Berger y Thomas Luckmann [78] , líderes de la New Graduate School de Nueva York y continuadores confesos de la fenomenología y sociología del conocimiento sintetizadas y reorientadas por Alfred Schütz.

El citado libro de estos autores gira todo él en torno a la afirmación, expuesta en su primera página, de que *"la realidad .se construye socialmente y la sociología del conocimiento debe analizar los procesos por los cuales esto se produce"* [79] .

Además de esta afirmación, enraizada como es bien sabido, en la larga tradición de la "sociología del conocimiento" (Scheler, Mannheim...), hay cuando menos otros dos rasgos esenciales de su pensamiento para calibrar después la importancia de los diversos constructores sociales de la realidad:

1) Tal y como resalta Antonio Lucas [80] , para Berger y Luckman la realidad por excelencia es la de la vida cotidiana: "suprema realidad" [81] . Dicha realidad se presenta a los ojos de casi todos los miembros de la sociedad como autoevidente: "Sé que es real. Aun cuando puedo abrigar dudas acerca de su realidad, estoy obligado a suspender esas dudas puesto que existo rutinariamente en la vida cotidiana" [82] .

2) Recogiendo la concepción de Helmut Plessner y Arnold Gehlen, consideran que el ser humano está caracterizado por su apertura al mundo debido a su indeterminación biológico-ambiental. El medio social en que se desarrolla determina su dirección. Como explica el citado A. Lucas refiriéndose a estos autores, la biología y los instintos no constituyen códigos demasiado determinantes en el hombre, ni siquiera para establecer sus posibilidades de supervivencia. Si bien es posible afirmar que el hombre posee una naturaleza, es más significativo decir que el hombre construye su propia naturaleza. Todo lo cual hace necesario que el propio hombre deba ir proporcionando un entorno estable a su comportamiento" [83] .

Este aspecto, en el que por otra parte también se asienta la más reciente sociobiología, resulta crucial en mi opinión para comprender las consecuencias de la construcción social de la realidad humana: si por su debilidad ante la naturaleza el hombre crea un universo social acomodado a su medida, dicho universo social se convierte en una segunda naturaleza, ésta sí mucho más decisiva para su propia evolución como especie "sociobiológica". Los aspectos y elementos que marquen la dirección de tan peculiar y determinante "segunda naturaleza" acaban teniendo mayor trascendencia evolutiva para la especie humana que los propios instintos naturales y códigos genéticos [84] .

Si se acepta, por otra parte, la afirmación previa de que la "suprema realidad" humana es la de la

vida cotidiana (dejando al margen otras realidades de mayor trascendencia teórica pero importantes sólo para los líderes sociopolíticos y los intelectuales), entonces la "segunda naturaleza" crucial es la referida a la definición e institucionalización de la vida ordinaria. Por lo que también los agentes de construcción de la realidad social con mayor poder serán los especializados o expertos en la definición de lo que es socialmente considerado como "ordinario" y "cotidiano", que es como decir "normal", "creíble" y "real".

Podría adelantarse ya una interpretación del papel inigualable, en términos de adecuación para el cometido, de los medios periodísticos, para encauzar al hombre hacia unas apariencias de realidad cotidiana y hacia una restrictiva (aunque sea inevitable) evolución sociobiológica, Pero antes de elevar esta idea a conclusión definitiva convendrá comprobar cómo una serie de observaciones mucho más detalladas de la obra de Berger y Luckmann permiten situar el fenómeno de la canalización periodística como el factor hoy más importante de la "construcción social de la realidad cotidiana".

Según estos autores, en línea con toda la tradición fenomenológica, mientras la realidad de la "realidad cotidiana" constituye en rigor un objeto de conocimiento limitado y apariencial (polemizable), el conocimiento que socialmente se comparte sobre lo cotidiano tiende a ser indiscutible y unívoco: "la realidad de la vida cotidiana se presenta ya objetivada, o sea, constituida por un orden de objetos que han sido designados como objetos antes de que yo apareciera en escena" [85].

La uniformización u objetivación inapelable de lo que llamamos realidad cotidiana (identificando erróneamente "realidad" con "conocimiento") se opera con y desde el uso del lenguaje, y su producto concreto es lo que denominamos "sentido común"; una especie de actitud natural que cada hombre comparte con sus semejantes y que permite a la sociedad aceptar como autoevidentes una serie de "rutinas" cotidianas [86]. Por otra parte, la cristalización de un conocimiento social colectivamente aceptado constituye un proceso de "institucionalización", con una génesis previa al nacimiento o la voluntad de cada individuo, pero que impone una objetivación o encorsetamiento de "lo que todos saben" [87].

El planteamiento de Berger y Luckmann habla pues del lenguaje como vehículo y de la institucionalización como proceso, para designar el fenómeno de desecación de la realidad en un acrítico y uniforme conocimiento rutinario de lo que cotidianamente nos rodea. Los medios periodísticos no son aludidos por ninguna parte pero, como se ha venido apuntando, es del todo razonable ver en ellos el instrumento más decisivo de todo el proceso.

En primer lugar porque ningún otro canal de mediación social del mundo moderno surge tan especializadamente, y ejerce en la práctica con tanto celo, la "pretensión" de darnos a "conocer" la "realidad" de la "actualidad", es decir, "lo cotidiano". En segundo lugar porque si bien la institucionalización de "conocimientos" se ejerce por diversos agentes e "instituciones", sólo la máxima simultaneidad y recepción masiva de la versión periodística de la realidad produce un conocimiento institucionalizado de forma tan global y sin distinción de capacidades o situaciones socioculturales heterogéneas. Nada ni nadie está en mejores condiciones que los medios periodísticos para fijar eso que "todos saben". Del mismo modo que, por oposición, pueden excluir otras realidades que "casi nadie sabe", que vale como decir que no serán ya "socialmente reales".

Podría objetarse todavía que la diversidad y pluralidad de empresas y orientaciones de los medios periodísticos excluye la posibilidad de una institucionalización uniforme, pero la falacia de este argumento ha sido puesta de manifiesto por infinidad de trabajos de sociología de los medios en las últimas décadas. Baste citar los principios de "consonancia" y "acumulación" enunciados por la alemana Noelle-Neumann por los que todos los medios y todos los periodistas tienden a insistir en los mismos temas y a adoptar las mismas posiciones. Los múltiples trabajos de esta autora vienen a demostrar cómo en Alemania Federal, por encima de la pluralidad anecdótica de las pequeñas noticias, los grandes temas de discusión pública son los mismos y con similares interpretaciones para la generalidad de los medios, fijándose así una similar y unitaria percepción del entorno [88] .

Si como dicen Berger y Luckmann, "hay una gran suma de sedimentaciones colectivas que pueden adquirirse *monotéticamente* [89] , o sea, como conjuntos cohesivos y sin reconstruir su proceso original de formación" [90] , podemos preguntarnos qué otra cosa, sino ésta, realizan los medios periodísticos a diario, cuando nos sintetizan y encapsulan los grandes temas de nuestra atención ciudadana; cuando nos dan ya delimitado e incluso juzgado el problema de "la crisis de Panamá", la "cuestión del aborto", etc. Cualquiera que fueran otros detalles de esas realidades no desvelados por los medios, argumentos silenciados por su contradicción con la versión "coherente" construida, etc., todo ello será desalojado ya de la atención pública, haciendo imposible como apuntan los autores citados "reconstruir" el procesado de la mercancía ideológica y detectar sus insuficiencias y sus falacias.

Todo esto desemboca en otro viejo concepto muy reiterado por las tradiciones filosóficas y sociológicas del siglo XX, el de *reificación*: la reificación, dicen Berger y Luckmann, es la aprensión de los productos de la actividad humana *como si* fueran algo distinto de los productos humanos, como hechos por la naturaleza, como resultados de leyes cósmicas. La reificación implica que el hombre es capaz de olvidar que él mismo ha creado el mundo humano. Es el "fetichismo de las mercancías" [91] .

De nuevo los ejemplos puestos un párrafo antes permiten hablar de reificación por los medios periodísticos, e incluso de la reificación cotidiana por antonomasia. Es tragicómicamente corriente, por ejemplo, que las gentes luchen por hablar de su problema en televisión más que por la solución real del problema, como ilustran los casos analizados por Furio Colombo en su libro *Rabia y televisión* [92] ; o que los diputados del Parlamento esgriman como pruebas relatos periodísticos sin hacer el más mínimo esfuerzo por encontrar y verificar pruebas mucho más directas.

El último grado de consolidación de una realidad socialmente construida e impuesta de forma autoevidente lo constituyen, en el pensamiento de Berger y Luckmann, "los *universos simbólicos*", el máximo nivel de construir la *legitimación*:

"son cuerpos de tradición teórica que integran zonas de significado diferentes y abarcan el orden institucional en una totalidad simbólica... el universo simbólico también ordena la historia y ubica todos los acontecimientos colectivos dentro de una unidad coherente que incluye el pasado, el presente y el futuro. Con respecto al pasado establece una "memoria" que comparten todos los individuos socializados dentro de la colectividad. Con respecto al futuro establece un marco de referencia común para la proyección de acciones individuales" [93] .

De acuerdo con dichos autores los universos simbólicos de que disponemos históricamente son la

mitología, la teología, la filosofía y la ciencia. A estas alturas no me parece en absoluto descabellado añadir uno nuevo, la *actividad periodística*.

También ella integra y sintetiza diferentes zonas de significado, ocultando de paso otras situaciones o aspectos marginales que harían peligrar la existencia establecida y rutinizada de la sociedad. Podrían ponerse infinidad de ejemplos cercanos a nuestra propia ¿realidad? de cómo la actividad periodística, seleccionando unos cuantos detalles de una realidad mucho más compleja, construye una versión que es ya la única tenida en cuenta y la única que se almacena en la memoria colectiva. Legitima una versión y anula los efectos institucionales que hubieran podido tener esos otros detalles que para los medios periodísticos dejaron de tener relevancia:

"El asunto Pilar Miró" ha quedado grabado en la memoria colectiva española como el caso de la directora general que se compraba el vestuario con cargo al presupuesto pero no como la directora general que incumplía la ley de incompatibilidades (mucho más grave) trabajando de incógnito para una empresa privada de doblaje de películas, hospedándose incluso con nombre falso en un hotel de Barcelona; ni como la directora de RTVE que "regaló" 1.000 millones de pesetas (sin existir una obligación jurídica) a la Sociedad General de Autores, entidad en la que ella tenía ya reservado un puesto para su Junta Directiva. Estos otros detalles también fueron revelados por los medios periodísticos, pero los propios medios los pasaron por alto para insistir en la historia mucho más sencilla y morbosa de los tules y los visones. Más recientemente el "caso de Juan Guerra" lleva camino de convertirse en la denuncia indeterminada de "tráfico de influencias", pero sin que nadie exija responsabilidades ni la memoria social repare ya en ello sobre consecuencias bien concretas de dicho tráfico: como que el parque automovilístico estatal estuviera siendo equipado con matrículas de automóviles de una firma representada por el hermano del vicepresidente del Gobierno, con manifiesto incumplimiento de las medidas de calidad establecidas para la fabricación de dichos elementos.

Finalmente, merece destacarse del pensamiento de Berger y Luckmann la idea de que el poder social de sostener una imagen de la realidad tiene dos estrategias básicas: el mantenimiento de rutina y el mantenimiento de crisis. Respecto a la primera modalidad declaran: "la realidad de la vida cotidiana se mantiene porque se concreta en rutinas, lo que constituye la esencia de la institucionalización" [94].

De nuevo el que ya me permito llamar "universo simbólico de la actualidad periodística" ejerce sistemáticamente un mantenimiento de rutina en un doble aspecto: 1) como rutinización interna que somete a los profesionales a una industrialmente eficaz estandarización enemiga de originalidades, según muestran múltiples estudios [95]. 2) Como institucionalización externa ante el cuerpo social del producto industrializado de consumo de sus rutinizaciones internas.

Obviamente, el "mantenimiento de crisis" es para la actividad periodística una segunda cara de la misma moneda, dada su habitual capacidad de subsumir éste en lo anterior.

El planteamiento de la "construcción social de la realidad" de Berger y Luckmann es perfectamente conocido por la "escuela italiana" antes expuesta. Y sin embargo, en lugar de extraer unas conclusiones sobre la actividad periodística, del estilo de las que personalmente propongo, dichos autores critican precisamente la posibilidad de atribuir a los medios periodísticos el papel decisivo

en la construcción de la realidad social.

En concreto Grossi [96] . insiste en redefinir moderadamente el rol de la actividad periodística en la construcción social de la realidad. Dice que hay que considerar otros actores, interacciones y procesos que generan, previamente incluso, otras construcciones sociales de la vida cotidiana. Cita la existencia de pruebas concretas de la canalización previa de agentes externos a los medios (el peso del sistema político, por ejemplo, con su propia "lógica de la realidad"). Dichas fuentes suministran informaciones ya "objetivadas" sobre las que no cabe más que un tratamiento periodístico secundario.

Según Grossi no se puede hablar, en consecuencia, de construcción periodística de la realidad, en sentido estricto, debiendo distinguirse entre niveles *vinculante* y *co-determinante* en la producción de "realidad informativa". Añade por otra parte que la actividad periodística se realiza dentro de un pacto de confianza entre la profesión y la audiencia. Lo que apunta a que la objetivación de la realidad operada en los medios ha de ser por fuerza algo cercano al cuadro cognoscitivo de los receptores, que los hace también a ellos *co-determinantes* de la producción. Los medios periodísticos, en consecuencia, no estarían en condiciones de crear e imponer autónomamente una visión e interpretación de la vida cotidiana y todo lo más gozarían de una "relativa autonomía" en cuanto que profesión institucionalmente delegada por el resto de la sociedad.

En síntesis, la amenazante visión de unos canalizadores periodísticos autónomos y todopoderosos estaría cercenada en origen y en término. En origen porque los citados agentes externos de los restantes subsistemas políticos e institucionales serían los responsables de las "objetivaciones primas" que llegan al periodista. En última instancia porque los receptores disponen, en opinión de Grossi, diversos cuadros cognitivos y competencias de asimilación y reestructuración.

Sorprende, en mi opinión, que tras adentrarse en las ricas sugerencias de la teoría de Berger y Luckmann, y conociendo la voluminosa obra hoy existente sobre sociología de la actividad periodística, se puedan sostener todavía objeciones tan convencionales. Tales objeciones se revelan incluso sospechosas de simplismo ideológico cuando Grossi comenta que es "aporético" e "improductivo" elaborar una teoría de la realidad informativa como producto exclusivo o decisivamente dependiente de las prácticas periodísticas, porque ello "serviría para legitimar el orden existente o para reforzar los valores dominantes o para producir una imagen *interesada* de la realidad social" [97] .

A la luz de tal observación parece claro que el autor italiano descarta ese poder especial de los medios, no porque sea infundado suponerlo, sino porque suponiéndolo echaría por tierra su propio esquema ideológico previo. Al parecer, "el Sistema" ha de ser por definición el "culpable" del encorsetamiento del conocimiento socialmente objetivado. Si el culpable último no fuera "el Sistema" o los poderes institucionales clásicos, sino un instrumento o agente típicamente catalogado "de base" (los periodistas), estaríamos para irritación de Grossi exonerando al "Sistema" de sus responsabilidades y siendo "conservadores" o reforzadores de los valores dominantes.

Personalmente opino que una indagación desnuda de prejuicios ideológicos poco debe temer que sus resultados sean "conservadores" o "progresistas", sino si son más acertados o no (más "reales" si vale decirlo así) que otras explicaciones. En ese sentido la única imagen "interesada" del apasionante problema de la imbricación entre "construcción social de la realidad" y canalización

periodística es la que obtiene Grossi, empeñado en no apartarse de otra "objetivación" contraria a la honestidad intelectual.

Desde mi punto de vista, lo aporético e improductivo es empeñarse en dilucidar responsabilidades pseudo judiciales sobre si son el Sistema, los actores y procesos de las instituciones sociopolíticas clásicas o la actividad periodística los máximos responsables de la construcción de la realidad cotidiana.

Por supuesto que la actividad periodística trabaja sobre otras objetivaciones previas (y sin olvidar, como la escuela italiana reconoce en otros pasajes, que también la actividad periodística toma a veces toda la iniciativa en la "construcción de acontecimientos"). Pero aunque aquello permita hablar de co-determinación, no es menos cierto que la posición de la actividad periodística en el proceso global de la construcción de "objetivaciones" la sitúa en el puesto de "embudo final", de artífice del "toque de gracia". De sus orientaciones últimas dependerá el tipo de imagen de la realidad que acabará siendo "conocida" por el público, e incluso por los actores de las restantes instituciones.

Este hecho racionalmente fundado no puede ser negado. La actividad periodística acaba teniendo la última y más divulgada palabra en la construcción de conocimientos indiscutibles a gran escala, por más que la "culpa original" del proceso – si queremos llamarla así –, esté en otro punto del complejo sistema social.

Por otra parte, y respecto a la objeción de co-participación de la audiencia, tendría ésta algún sentido si pudiéramos hablar realmente de una política periodística de puertas abiertas y accesibilidad dominante (no el excepcional *ghetto* de las "cartas al director") para con los receptores de producto periodístico.

En lugar de una actividad "desprofesionalizada" en las organizaciones periodísticas lo que se fomenta, como el propio Grossi reconoce [98] es la "atribución de una competencia institucionalizada a los profesionales de la comunicación". Precisamente en la medida en que se institucionaliza un rol se confiere poder autónomo para "objetivar" o "reificar" por cuenta de quien ya ejerce de mediador o intérprete sacralizado

Las objeciones morigeradas de Grossi sobre si la estructura social y otros agentes determinan más que la "construcción periodística" la imagen social de la realidad tienen, por lo demás, una cierta razonabilidad. Pero sólo si se establecen de forma genérica y sin descender al escalón de los detalles concretos: hablar de *newsmaking* o de *media logic* en abstracto comprensiblemente nos induce a pensar que "no es para tanto". Porque también en teoría o en abstracto podrá pensarse que las otras lógicas institucionales tendrán su peso, estableciéndose así un modelo de concausas formalmente correcto pero huero en la práctica.

Resulta sin embargo bien distinto ilustrar casuísticamente el poder arrasador y concreto de esa *media logic*, frente a otras fuerzas conformadoras de imágenes de la realidad. Altheide y Snow [99] con un libro que lleva ese mismo título" han aportado contundentes pruebas de que *a veces* (cuando menos) la perspectiva periodística es la única y decisiva responsable de esas imágenes [100] . Si como muestra vale un botón, me contentaré con citar un ejemplo recogido por Vilches [101] – citando a Tesson [102] –, respecto al poder periodístico o de sus soportes técnicos, no ya

reconducir imágenes, sino de recrear realidades:

"La televisión no ha modificado solamente nuestra manera de mirar el fútbol (telegenia de un cierto tipo de juego colectivo), sino que igualmente ha actuado en *feed-back* sobre la manera de jugar al fútbol, tanto a nivel individual como colectivo".

Dicha influencia es todavía más indiscutible en el caso de otros deportes en USA, como baloncesto y fútbol americano, donde la confluencia de televisión e imperio de la publicidad llevó a modificar las propias reglas de juego. Tales evidencias permiten sostener con el citado Vilches [103] que "la televisión cambia nuestra mirada sobre las cosas, de manera que existen dos objetos en el mundo, los televisivos y los no televisivos".

Regresamos de nuevo, aunque por otras vías, a la idea ya expresada de que sólo la conjunción entre discurso teórico y análisis práctico podrá sustentar sin género de duda la crucial construcción-canalización periodística del universo mental cotidiano que define nuestro actual tipo de sociedad y cultura.

4.6. Las provincias periodísticas de la realidad: Goffman y la etnometodología.

La última vuelta de tuerca Paralelamente a la teoría de "la construcción social de la realidad" otras dos escuelas norteamericanas de sociología, también vinculadas a la sociofenomenología, aportan nuevas perspectivas de argumentación sobre construcción encorsetada y reduccionista del conocimiento de la realidad cotidiana.

Ni Erving Goffman ni Harold Garfinkel y los etnometodólogos – se trata de estas dos corrientes, a la vez muy interconectadas –, se plantean tampoco el problema de la canalización periodística. Pero de nuevo sus trabajos están plagados de sugerencias intelectualmente luminosas para detectarla sin género de duda.

El punto de reflexión central para ambas sociologías es el factor de las situaciones de interacción en la definición y objetivación de todo acto o estructura social. Ambas concepciones se autoproclaman estudios de "microsociología" y renuncian de antemano a las grandes palabras de la "macrosociología" (como "estructura social", "poder", etc.), porque entienden que la materia prima sobre la que se construye todo lo demás son esas presunciones de los individuos en sus interacciones, que les llevan a codificar rígidamente sus contactos y por tanto a predeterminedar férreamente sus posibilidades de conocimiento social y de producción o acción social ulterior.

La posible diferencia de enfoque, como señala Mauro Wolf en un interesante trabajo de síntesis sobre ambas teorizaciones [104] estriba en que, mientras Goffman se centra en el análisis de la estructura de la interacción humana en cuanto unidad fundamental de la vida social, Garfinkel y la etnometodología se preocupan más explícitamente por los modos y métodos que los individuos emplean para construir "el sentido común"; es decir, se preguntan cómo funciona el "sentido común", lo que en la vida cotidiana se da como autoevidente o por supuesto entre los individuos corrientes.

Para Goffman hasta las relaciones interpersonales de apariencia más inocente están regidas por rígidas normas implícitas que hacen fluida la interacción y sin las cuales no habría ninguna

posibilidad de relación o convivencia. La existencia de tales precondiciones sólo se detecta con claridad cuando se transgreden dichas normas:

"Ser grosero o tosco, hablar o moverse de forma equivocada, significa ser un gigante peligroso, un destructor de mundos. Como todo psicótico y todo cómico debería saber, cada movimiento especialmente impropio puede romper el sutil soporte de la realidad" [105] .

Por eso, si quienes interactúan no vuelven al compromiso correcto de ajustarse al patrón esperado para una situación socialmente ya tipificada, la ilusión caería hecha pedazos, explica Wolf. Este autor aclara también que Goffman ve en los procedimientos con los que se define la situación un núcleo de poder, ligado a la posibilidad de imponer la propia definición [106] .

Es decir, si toda relación interpersonal, particular o grupal, está previamente tipificada y en consecuencia sometida a unas expectativas de "buena conducta" o de "saber a qué atenerse", si sólo un transgresor se atrevería a romper las expectativas del rol asumido y en consecuencia su autopresentación como "marginal" o "subversivo" le privaría de ser "tomado en serio", al margen del efímero descontrol e incomodidad que pudiera producir en sus interlocutores socialmente adaptados... Entonces, está claro que uno de los poderes sociales más decisivos estriba en el sutil liderazgo de definir la pauta de lo correcto o lo socialmente verosímil para una, varias o múltiples situaciones.

Se descubre así – dice a su vez Wolf [107] –, una dimensión sociológica autónoma que resalta el poder que se maneja dentro de los encuentros o interacciones. No es el poder de una clase o el derivado de la presión de los medios de producción, sino el poder que nace de la manipulación del material simbólico. Se trata por un lado de la presión social indeterminada que pesa sobre todos y cada uno de los individuos, haciendo que todos y cada uno abandonemos continuamente nuestra personalidad profunda (si es que aún podemos creer que existe algún resto de "sí-mismo") y asumamos el delimitado grupo de variantes tipificadas para cada uno de los roles que continuamente vamos representando.

Pero también se trata, por otro lado, del poder concreto que algunas personas o instituciones ejercen, de modificar o restringir las pautas aceptables o verosímiles para la interacción, obligando a los restantes participantes a acomodarse a una nueva variante o a desechar por impropias viejas pautas que ya estarían en desuso. En este sentido, Davis y Baran, de los pocos sociólogos de la comunicación de masas que alguna vez se ocuparon a fondo de dicha cuestión [108] y el propio Goffman en su *The Presentation of Self in Everyday Life* [109] – del que aquellos toman la idea –, coinciden en que un control característico de los investidos de poder en una estructura social consiste en administrar las "claves serias" y "no serias" de las situaciones: Ningún tema es de por sí "serio" o "distendido", sino que hay alguien que lo define como tal. Sólo el jefe puede permitirse en una reunión con sus subalternos introducir un chiste o bromear, incluso sobre su propia situación, y automáticamente todos los presentes mostrarán signos de que aceptan la broma y están en la clave del asunto. Si la broma fuera introducida por un subalterno tanto sus iguales como sus superiores le reprobarían con un silencio glacial y todos se sentirían incómodos [110] .

Tenemos de momento suficiente material goffmaniano para "glosar" (glosar es precisamente un modo de canalizar, nos dirán los etnometodólogos) las aportaciones de dicha perspectiva en apoyo

de la teoría de la canalización periodística del conocimiento.

En primer lugar, el poder social de definir situaciones como serias o no serias, o de reforzar las pautas con las que cabe comportarse ante una serie de acontecimientos, está presente con toda claridad en el tipo de interacción social que los medios periodísticos propician a diario en nuestras sociedades. Ellos definen por nosotros y para nosotros cuándo un tema es "preocupante" o "dramático" o cuándo merece un mero vistazo relajado. Les basta con encuadrar la narración del hecho en una u otra sección del periódico o del programa para que un texto idéntico deba tener una "lectura" social distinta. El poder de codificar las interacciones esperables a partir de un relato periodístico alcanzan incluso a la administración de los canales por los que un grupo multimedia divulgará ese mismo relato: bastará que la empresa publique el reportaje de un escándalo financiero en una revista frívola o sensacionalista de su grupo, para que los acontecimientos allí narrados no sean considerados con la misma "seriedad" que si dicho grupo hubiera utilizado el periódico o revista de élite de su misma propiedad.

Por otra parte, la estrategia de escenificación que todos los individuos asumimos y el descubrimiento de la vida social como una representación teatral continuada, planteados por la sociología goffmaniana, nos conducen al aspecto de las rutinas interpretativas que "protegen" a cada rol profesional especializado y que al mismo tiempo confieren a cada profesión – especialmente a la profesión periodística –, un poder de encauzar y codificar cualquier interacción macro o microgrupal que tenga que ver con el núcleo y el producto de su actividad.

Muchas categorías profesionales – indica Wolf [111] –, están ocupadas en realizar representaciones que atestigüen un nivel estándar de profesionalidad. Tienen la sensación de que si la "puesta en escena" falla quedará desvalorizada su habilidad profesional y, en consecuencia, perderán poder.

En periodismo, como en medicina, judicatura, etc., la conciencia de ese papel llevará con facilidad al autosometimiento del periodista a la imagen estándar de su rol, a preocuparse más de lo que se espera de su imagen de profesional, que de la descripción más afinada de la realidad. De ahí se deduce una tendencia natural a canalizar o seleccionar en una única dirección, dejando de lado cuantas versiones de la realidad no fueran encuadrables en el repertorio de expectativas verosímiles y que por tanto no gozaran de la necesaria credibilidad de profesionalidad o produjeran en los receptores del producto periodístico confusión o barullo.

Precisamente una de las categorías fundamentales de la sociología de Goffman es la de *frame* o encuadre (expresión también utilizada por los positivistas de la "agenda-setting research". Por *frame* Goffman entiende el sistema de premisas e instrucciones necesarias para descifrar y dar un sentido al flujo de acontecimientos. Si una persona se sale del encuadre en que se supone insertada su interacción, todo es barullo y confusión. El ejemplo más citado es el del empleado de banca que desbarata un atraco porque no se toma en serio la amenaza del atracador, quedando éste sin saber "qué viene después", cuando la víctima no ha reaccionado como cabría esperar. Muy similar a la importancia del encuadre es la práctica que los etnometodólogos llaman "del etcétera". Aluden así a que toda norma social está eximida de explicitar un amplio número de ramificaciones o "etcéteras" que se dan por supuestas, dado que todos sabemos de qué estamos hablando.

En el caso de la información periodística hay encuadre y hay "etcétera" cuando profesionales y receptores damos por sabido que la denuncia de un escándalo presentada en una publicación

"encuadrada" como sensacionalista, será siempre tomada como exagerada o dudosa. El encuadramiento hace que valoremos la narración de unos hechos, no por su contenido o su verificabilidad, sino por el tipo de interacción con que aquel contenido ha sido envuelto. A la inversa, recientemente la prestigiosa RAI italiana ha gastado la broma a sus telespectadores de construir un reportaje con mezcla de documentos auténticos y filmaciones falsas elaboradas conforme a las rutinas periodísticas tenidas por más profesionales, sobre la supuesta adulteración emanada del referéndum de 1946, que instauró la República en Italia [112]. Mucho antes Orson Welles y su "Guerra de los Mundos" provocó un importante barullo por desencuadrar las cosas.

Salvo en este tipo de casos excepcionales, el periodismo rinde tributo a sus necesidades naturales de representación del papel que le ha sido asignado, como industria, como negocio y como institución. Desde ninguno de esos tres puntos de vista puede permitirse producir apariencias embarulladas o incómodas en los relatos que construye. No es extraño entonces que se produzcan casos de restricción y encorsetamiento de la realidad como el relatado por Philip Meyer [113] en su *Precision Journalism* (1972).

En 1959 este periodista trabajaba para el *Miami Herald* y tuvo conocimiento de que grupos importantes de muchachos empezaban a inhalar los aromas de gomas de pegamento en el interior de bolsas de plástico. La noticia nunca se publicó porque en aquella época nadie era capaz de encuadrar un hecho hoy tan conocido como hábito drogodependiente, y en consecuencia nadie hubiera encontrado sentido a hablar de aquello.

Las reflexiones anteriores inducen a pensar que la *canalización periodística* es no sólo un fenómeno verosímil, sino también una necesidad para la *afirmación en su rol* de los profesionales, el *sostenimiento institucional* de la propia actividad periodística y todavía mucho más: el alimento indispensable del propio *orden mental de las audiencias*. Los receptores de noticias sencillamente se volverían locos, o no podrían soportar el caos de un tratamiento de la actualidad no sometido a la tipificación relajante de unos encuadres estándar.

La alternativa oscila entre el caos o el desinterés más absoluto por las descripciones periodísticas. La evidencia de que mucha gente vive al margen de la información de actualidad o de que prefiere el sumario televisivo a las todavía algo plurales versiones de la prensa, confirma que el común de la gente demanda y precisa encuadramiento o canalización rutinaria: "saber a qué atenernos" llamamos a esto.

En principio cabría suponer que cada medio ofrecerá una selección y visión distinta de la actualidad cotidiana; y sin embargo, ¿cuántos lectores se atreven a comparar siquiera dos versiones de esa actualidad? La gente supone que cada medio ofrece una interpretación y selección diferente y a pesar de ello prefiere evitar los riesgos de comparar la rutinaria y sistemáticamente elegida. Los propios medios se encargarán de conjurar el potencial desequilibrado de los pocos osados en lecturas contrastadas, mostrando en conjunto una pacificadora codificación homogénea, bajo el imperio de unos idénticos valores de lo que es noticia.

El panorama descubierto podría en mi opinión aprovecharse para establecer un nuevo tipo de distinción entre periodismo y literatura (o arte en general). Mientras el producto periodístico es una vivencia pública que genera una construcción social de conocimientos, la degustación literaria es una vivencia privada que (también socialmente) se "encuadra" como el legítimo derecho a una

interacción particular y única. No pretendemos así tener que leer las mismas obras que los demás, ni tener que disfrutarlas, o repudiarlas, de la misma manera. Cada persona reclama su propio patrón estético, el derecho a su propio "encuadre".

Con el periodismo, al contrario, pretendemos dotarnos de una "estructura común de sentido" (en terminología luhmanniana). Nuestra actitud será de búsqueda de una versión de la actualidad válida para todos. No sería admisible que cada uno de nosotros recibiera selecciones informativas e interpretativas tan diferentes que carecieran de un mínimo de sintaxis consensuada. Los medios intuitivamente conocen esa necesidad psicosocial y trabajan por el máximo de eficacia estructural, es decir, de homogeneidad de canalización, hacia un horizonte de referencias común. El éxito en España de las "tertulias" radiofónicas o televisivas es un síntoma bien claro al respecto: se trata de la recanalización de la canalización.

Es decir, de converger y estrechar todavía más lo que pudiera restar de diversidad informativa, para quintaesenciar el tema cotidiano por antonomasia. Ése del que también todas las tertulias privadas debieran ocuparse. Y todas las tertulias periodísticas gozan ocupándose de lo mismo que las restantes; razón por la cual unos cuantos personajes no dan abasto acudiendo de un lado a otro, mientras que una gran variedad de especialistas e investigadores interesantes continúan desarrollando su labor en el anonimato.

Pues bien, el afán de un encuadre común traspasa su, hasta cierto punto, natural campo de las temáticas públicas, para contaminar también el que debiera ser reino sagrado de las diversidades privadas. Cada vez hay más lectores, espectadores, estetas que quieren leer, ver, mirar los mismos libros, películas, cuadros, etc., que el resto de la sociedad. No por el interés sincero hacia esas obras, sino por sentirse "en la misma onda" que todos. Se quiere compartir los mismos encuadres para juzgar esas obras, hablar de lo mismo, también en el terreno de las vivencias privadas y poder saber decir las mismas cosas. La apetencia de encuadramiento/canalización es tan desorbitada en nuestra época, es un signo tan definitorio de nuestro actual tipo de cultura, que personalmente no entiendo cómo aún algunos investigadores sociales pueden declarar que no hay pruebas concluyentes de tal fenómeno, servido a través del instrumento social que, mejor que ningún otro, puede realizarlo: la actividad periodística.

La canalización periodística vuelve a relacionarse con el fenómeno ya comentado de la "articulación", expuesto por Noelle-Neumann. Si, como de nuevo explica Wolf, resumiendo a Goffman [114], algo es dicho por todos, o lo ha dicho la televisión, eso me permite insertar en mi discurso y en mi opinión el peso de un narrador colectivo; mi enunciación se funde y se confunde con una enunciación que tiene origen en otro sitio, quizá en los lugares sagrados de la Historia, "El efecto de realidad que la comunicación logra no reside sólo en sus contenidos, sino también, y con mayor peso, en los modos como se practica".

Por otra parte la idea goffmaniana ya expuesta de que sólo a través de las transgresiones de los encuadres socialmente estatuidos puede comprobarse a plena luz el peso decisivo y reductor de dichos encuadres, podría y debería aprovecharse para mostrar la canalización periodística a partir de transgresiones perfectamente organizadas como casos experimentales.

Garfinkel y los metodólogos pasan de hecho de la teoría a la práctica organizando casos de interacciones corrientes (familiares, grupos de amigos...) en las que el "infiltrado" obstaculiza y

rompe los cuadros de expectativas del supuesto "sentido común": "convirtiendo en extrañas y problemáticas situaciones que de otro modo pasarían desapercibidas, se subrayan los procedimientos con los cuales se obtiene la *normalidad*, la realidad del mundo social en el que se actúa" [115].

Imaginemos por ejemplo un periódico cuya primera página incluyera con grandes titulares una carta de un lector sobre su queja personal ante ciertos servicios públicos; una entrevista al Director de la Administración aludida en la carta anterior; unas instrucciones sencillas sobre cómo evitar el cobro de primas abusivas en los seguros de automóviles. Y que la noticia de cabecera del día fuera el descubrimiento de que la Administración viene engañando a la sociedad entera sobre la tasa real de inflación aplicando unos índices de cálculo del IPC totalmente distorsionados.

Se podrá decir que cualquiera de estos contenidos aparece en la mayoría de los medios. Pero no podemos decir que exista ningún periódico hecho desde esta perspectiva (donde las noticias de alta política y personajes célebres ocuparan los lugares y "encuadres" secundarios que se les asignan a estas otras informaciones).

La importancia de la definición de la situación de contexto es tal que incluso la noticia de la falsificación institucional del IPC ha sido dada recientemente por varios medios en España [116]. Pero tal realidad crucial y asombrosa ha sido presentada con unos encuadres tan anodinos, en páginas interiores y con unas referencias tan esporádicas y aguadas, que la información socioeconómica probablemente más grave de varios años, queda reducida a una cuestión especializada de escasa entidad pública. La atención ciudadana queda pues canalizada no sólo por la selección de los contenidos, sino por la pauta situacional que también los medios establecen para cada tema.

Los medios periodísticos son en definitiva un "*establecimiento social*" desde el que se establece lo social, o por lo menos buena parte de lo social. El propio Goffman acuña dicha expresión – aunque no la aplique a una institución o grupo concreto – para aludir a todo "sistema de actividad intencionalmente organizado para el logro de objetivos predefinidos" [117].

Según Goffman, el "establecimiento social" realiza y define un ámbito social para todos los miembros de la colectividad y la intersección entre las perspectivas *técnica* y *dramática* de cada "establecimiento social" se refleja sobre todo en sus "*estándares de trabajo*" [118].

La actividad periodística sería, pues, un *establecimiento social*, con plasmación física en la "sala de redacción" o *fábrica de noticias*. Los análisis acumulados sobre las rutinas periodísticas y los *news values* demuestran la existencia de esas "barreras establecidas para la percepción". Las presiones, por ejemplo, de "socialización profesional" de los neófitos corroboran la "cooperación del equipo de actuantes" (expresión de Goffman) y la intensa búsqueda de dicho equipo por lograr un producto organizado. Es decir, una versión convencional e industrialmente rentable. Tal cooperación contribuirá por fuerza a una reducción de la realidad en un conocimiento social estrecho.

Qué duda cabe, por otra parte, de que las citadas rutinas y valores periodísticos expresan ese "espíritu de solidaridad en las ficciones" que señala Goffman. Los periodistas saben muchas veces que la información que ofrecen no tiene el alcance o la gravedad que externamente se le da, o que

otras informaciones con mucha más gravedad objetiva no llegarían a ser relatadas por ningún medio periodístico porque su denuncia pública obligaría a soportar la presión de los afectados o a perjudicar o dejar en evidencia a las fuentes que suministraron esos datos, reales en sí, pero no convertibles en conocimientos sociales.

Asimismo el convenio fáctico entre "actuales y auditorio" (que Goffman detecta también en la consolidación de un "establecimiento social") es evidente que también existe entre medios periodísticos y audiencias: al menos escénicamente los segundos desconfían de los primeros ("ya se sabe que la prensa miente o exagera"), pero en el fondo aceptan como única realidad la construcción socialmente verosímil manufacturada por los medios.

Centrándonos ahora en la visión de Garfinkel y los "etnometodólogos" (o "neopraxiólogos, como prefiere Garfinkel rebautizar a su escuela"), podemos comprobar que se trata de una aportación complementaria de la de Goffman:

Para Garfinkel y su grupo, la sociedad vive bajo el imperio del "sentido común" o evidencias que no se cuestionan. Pretenden sacar a la luz la falacia o falsa objetividad de unos *métodos populares* de manifestar, reclamar y hacer observar un comportamiento y una actitud "normales" o correctos ante las cuestiones de interés general o las propias relaciones sociales. Sintéticamente Garfinkel y Sacks [119] dicen que la etnometodología pretende desvelar "las estructuras formales de las actividades comunes" [120].

Según esta perspectiva, no sólo la ciencia actúa conforme a unos métodos específicos. La institución judicial del jurado popular, la gente corriente en las cuestiones que le afectan, los miembros de cada profesión (incluida la periodística) aplican aun inconscientemente una *metodología* que les sirve como fundamento de su propia competencia o valía. Poner a salvo la metodología empleada es salvarse de la crítica, de ahí que la metodología es lo que no se cuestiona y todo lo realizado o actuado en aplicación de una determinada metodología es ya de suyo incuestionable. El "sentido común" es precisamente la metodología popular que hace incuestionable – o autoevidente – lo que se tiene por realidad cotidiana.

Según Garfinkel "el conocimiento de sentido común de los hechos de la vida social es para los miembros de la sociedad un conocimiento institucionalizado del mundo real" [121]. Se comprende entonces "por qué el fenómeno del sentido común representa un elemento tan obstinado y tan fuertemente idealizado y defendido por todos los grupos establecidos" [122].

Tal y como ya se dijo, este grupo coincide con Goffman en criticar lo supuesto o lo dado por descontado porque es necesario evitar el empobrecimiento de la complejidad de los mundos de la realidad [123], de ahí que estos autores hablen de "provincias de la realidad".

Las *provincias de la realidad* y sobre todo esa única provincia en la que a menudo nos vemos obligados a movernos, como si no existiera otro vastísimo territorio circundante, está también construida o definida por quienes alcanzan el poder de encauzar la percepción social. Esto se logra mediante la práctica y el control de la "indexicalidad".

La "indexicalidad" es el término acuñado por este grupo para referirse a la práctica de etiquetar categorías posibles con las que clasificar hechos o fenómenos. Ponen así en evidencia que un

fenómeno o un dato de la ¿realidad? es amorfo o permanece ambiguo mientras no haya sido clasificado; y es tomado en una dimensión exclusiva e incuestionable una vez que ya ha sido clasificado. Uno de los ejemplos más estudiados por los etnometodólogos para testificar en la práctica este problema es el suceso de la muerte. A través de estudios de observación de las rutinas profesionales en diferentes hospitales observan que la muerte se "indexicaliza" de maneras diferentes según se catalogue como "muerte clínica", "muerte biológica" o "muerte social". Un cuerpo humano será tratado de una forma u otra según haya sido clasificado previamente. Los errores o potenciales variaciones de la situación de un moribundo se prevén clasificando el suceso, no conforme a la realidad objetiva del paciente, sino para construir versiones del hecho que no admitan réplica; es decir, reclamaciones. Por ejemplo, si un paciente muere durante una operación, tal vez se establecerá oficialmente que murió dos horas más tarde por determinadas "insuficiencias" para evitar el riesgo de imputaciones al equipo quirúrgico. [124]

La "indexicalidad" es pues "un elemento que caracteriza profundamente el trabajo de construcción de la realidad social llevado a cabo por los sujetos" [125] . Se practica en el seno de todas las profesiones, desde el mecánico que clasifica como "rotura de transmisión" lo que ha sido producto de una impericia de su manipulación o era subsanable con una pequeña arandela, hasta el periodista que clasifica como "desprecio a la libertad de expresión" una querrela del Gobierno por lo que tal vez es simplemente una imputación rumorológica no basada en fuentes contrastadas.

En el caso de la actividad periodística podemos concluir, gracias a la acumulación de argumentos y perspectivas desarrolladas hasta aquí, que la construcción del sentido común de la vida cotidiana viene en buena medida pautado o canalizado por el acostumbramiento a unos temas e ignorancia sobre otros que los medios periodísticos establecen a diario. Qué otra cosa, sino "indexicalización" constante, es la clasificación de la actualidad en "secciones" o en ritmos temporales que constriñen los procesos sociales al ritmo de producción fabril de las factorías periodísticas. Los periódicos no son editados cuando hay un tema en condiciones de ser contado o cuando hay temas suficientes como para llenar un periódico. Los periódicos son diarios, o semanarios, y la realidad ha de ser acomodada a ese ritmo prefijado, bien sea por defecto (rellenando con cuestiones intrascendentes) o por exceso (dejando pasar lo que sucede a horas inadecuadas o no incorporando análisis demasiado complejos que requerirían mucho espacio o mucho tiempo de elaboración).

Nos movemos, como plantean los etnometodólogos, en una provincia de la realidad. En esa provincia las cosas clasificadas como naturales o reales resultan incuestionables; las que no aparecen consignadas con esa etiqueta de naturalidad, verosimilitud o relevancia no serán dignas de la atención mayoritaria. En una sociedad como la actual, tan compleja como la describe Luhmann, el riesgo de perderse en dicha complejidad hace aún más apetecible el refugio o la seguridad de una provincia de la realidad idéntica y común a todos.

Dada esa necesidad psicosocial y esa dificultad estructural, nada mejor que el instrumento periodístico para canalizarnos a todos y construir el más común de los conocimientos. No sólo "la prensa" se siente incómoda si se cuestiona la bondad de su función social. Los individuos de a pie aceptan antes cualquier crítica (guiada por "la prensa") a otras instituciones que la mera sospecha de nocividad radical en el encorsetamiento de la realidad por la actividad periodística. Hay una simbiosis: el "sentido común" tradicional y rutinario guía las pautas de selección y tratamiento de los periodistas y el producto del trabajo de éstos reafirma a su vez el "sentido común" que

prevalece y se impone en las mentalidades populares.

Incluso quien no lee la prensa o no sigue habitualmente la actualidad en los medios tiene la tranquilidad de que los medios están ahí, para definir y designar por todos nosotros "qué está pasando". Probablemente nuestra sociedad se sentiría desnuda y ciega si perdiera de repente el cauce de interpretación de la realidad que le suministran los medios industriales de comunicación. Tal vez una hipotética supresión radical de la institución periodística iría mucho más allá del desmoronamiento del sistema democrático. Supondría el inicio de un nuevo tipo de interacciones con la realidad, y por tanto de un nuevo tipo de cultura. Lo primero sería sin duda un daño irreparable a la dignidad humana conquistada. Lo segundo en cambio una apertura mental incalculable. Al no obviar una contradicción tan irresoluble se desemboca sin remisión en la marginalidad ajena al "sentido común"; con los riesgos de "insensatez" que ello conlleva.

Quisiera, por último, ocuparme de una de las críticas más habituales contra la etnometodología. En concreto la acusación de que no se ocupa de la macrosocialización (ocupada como está en cuestiones microsociales) y de "querer superar el problema de la coercitividad del aparato institucional simplemente ignorándolo [126] . Se dice por ello que la etnometodología carece de respuesta a los problemas de la transformación histórica o institucional, o que "no puede reducir el asunto de la producción de un mundo social "ordenado" y "explicable" a una interacción de colaboración entre iguales" [127] .

Pero justamente el estudio de cómo los medios industriales de comunicación construyen las categorías y supuestos evidentes del "sentido común", de la "realidad" en que se desenvuelven cotidianamente los individuos – y a la que han de responder las instituciones –, sería precisamente el eslabón perdido entre orden social institucionalizado desde arriba y aceptación y refuerzo de "lo que se da por descontado" desde abajo. Ni las estructuras del Poder ni los individuos pueden sustraerse a las prioridades y los modos de clasificar la realidad que la actividad periodística les ofrece por igual a unos y otros. Aunque desde uno y otro lado se compita por acceder al control de la máquina periodística, el producto saliente ya es pauta inapelable para todos.

6. Recapitulación y síntesis

La sociología empírica de la comunicación de masas viene, desde hace más de veinte años, aportando pruebas dispersas de que el efecto central y decisivo de la actividad periodística sobre la sociedad no consiste en decirnos "qué pensar, sino sobre qué pensar".

La insistencia en verificaciones positivistas a corto plazo y su afán por detectar dicho efecto en el conocimiento individual autoexpresado por cada sujeto particular, ha impedido a esta corriente investigadora fundamentar incuestionablemente su proyecto de teoría. Aun así, tantos años de investigaciones permiten contar con un rico repertorio de factores circunstanciales que matizan el fenómeno de la canalización periodística en cada situación particular. A este respecto el presente trabajo pretende ofrecer una sistematización apenas antes intentada y superadora de viejas confusiones y ambigüedades.

A pesar de tales insuficiencias, ninguna de las pruebas empíricas aportadas puede desmentir un principio elemental del análisis lógicodeductivo: que en caso de no existir medios alternativos de conocimiento de una determinada realidad, el medio exclusivo impone el universo de discusión,

aunque no imponga la dirección o valoración de las opiniones [128] .

Pero además de esta primera reflexión metaempírica una variada gama de teorizaciones sociológicas de inspiración sociofenomenológica permiten establecer con mucha mayor profundidad y repercusión el efecto de la actividad periodística en la construcción de una intersubjetividad social básica y demoledoramente reduccionista.

Parafraseando a Saperas [129] y a Grossi [130] podemos concluir que la producción rutinaria/institucionalizada de relevancias periodísticas es un factor decisivo en la construcción social de la realidad, en cuanto que genera una *producción de sentido*, canalizadora de las expectativas y las respuestas sociales a la realidad; tanto a título individual como institucional.

La conexión de esos diversos enfoques ya había sido planteada por algunos autores como los antes citados. Modestamente creo aportar en este trabajo una síntesis más radical que conduce a dos nuevas afirmaciones desde las que seguir avanzando en el futuro:

1) El titubeo morigerado sobre la posibilidad de que sean otras instituciones más responsables que los medios en la construcción social de la realidad empieza a carecer de sentido y sólo puede ser el producto de viejos *tics* ideológicos o metodológicos.

2) La cultura occidental actual es fundamentalmente el producto de la actividad periodística, convertida ésta en nuevo "universo simbólico" o "establecimiento social" por antonomasia desde la que se ejercen las funciones sociales centrales de institucionalización y legitimación de realidades, en clara sustitución de otros centros tradicionales de poder simbólico como eran hasta hace poco la filosofía, la ciencia o las instituciones políticas.

Dicha fuerza de transformación cultural (para bien y para mal) de la canalización periodística de la realidad reside, en mi opinión, en la gran naturalidad con que la percepción periodística refuerza y se nutre del "sentido común": esa "provincia de la realidad" que no se cuestiona y que cada vez será menos cuestionada desde que cuenta con la verosimilitud eficacísima que le proporcionan las "objetivaciones" tremendamente reductoras de las "etnometodologizaciones" periodísticas.

El trasvase de la teorización sociológica sobre construcción social de la realidad (integrando sus variantes) al terreno específico de la actividad periodística permite por primera vez establecer con total rotundidad que la canalización periodística es no sólo un fenómeno posible, sino también: 1) una necesidad para la afirmación institucional y personal de sus profesionales, 2) una consecuencia inseparable de la posición central de los medios en la función vital de simplificación de lo complejo y de las leyes del encuadre y la rigidez dramática de las interacciones, y 3) el alimento indispensable del propio orden mental de las audiencias.

[1] A pesar del evidente barbarismo empleado, ésta es la traducción que con ligeras variaciones (como "jerarquización de noticias") y mínimas excepciones se ha impuesto en la bibliografía en castellano. A veces incluso se ha preferido la expresión de "efecto agenda-setting" a secas. Cfr. por

ejemplo: D. McQuail y S. Windahl, *Modelos para el estudio de la comunicación colectiva* (v.o. 1981), Pamplona, Eunsa, 1984, traductores: A. D'Entremont y E. López-Escobar; D. McQuail, *Introducción a la teoría de la comunicación de masas* (v.o. 1983), Barcelona, Paidós, 1985, traductor: A. J. Desmots; E. Saperas, *Los efectos cognitivos de la comunicación de masas*, Barcelona, Ariel, 1987; O. Bezunarte, *Noticias e ideología profesional: la prensa vasca en la transición política*, Bilbao, Ediciones Deusto, 1988. Más recientemente otro autor emplea la expresión "construcción del temario". Cfr: M. Rodrigo Alsina, *La construcción de la noticia*, Barcelona, Paidós, 1989. Por su parte, otro autor emplea la expresión inglesa junto con la de "tematización". Cfr.: L. Vilches, *Manipulación de (a información televisiva*, Barcelona, Paidós, 1989. La expresión "tematización", como traducción del italiano "tematizzazione" fue introducida en España en el libro citado de Saperas y supuestamente se le atribuye también al autor alemán N. Luhmann. Sin embargo, dicha expresión ya se empleaba en los años setenta en Francia ("thématisation") para traducir al francés los trabajos anglosajones de "agenda-setting".

[2] Personalmente, desde mi libro *Periodismo y pseudocomunicación política*, Pamplona, Eunsa, 1983, prefiero esta denominación a la generalizada e igualmente bárbara de "mass media" o "medios masivos".

[3] E. Saperas, *Los efectos cognitivos de la comunicación de masas*, Barcelona, Ariel, 1987, p. 82,

[4] M. McCombs, "The Agenda-Setting Approach", en Nimmo/Sanders (eds.) *Handbook of Political Communication*, London, Sage (a), 1981, pp. 209-210 y "Setting the Agenda for Agenda-Setting Research. An Assesment of the Priority Ideas and Problems", *Mass Communication Review Yearbook*, vol. 2, London, Sage.

[5] O. Bezunarte, *Noticias e ideología profesional: la prensa vasca en la transición política*, Bilbao, Ed. Deusto, 1988.

[6] L. Vilches, *Manipulación de la información televisiva*, Barcelona, Paidós, 1989.

[7] L. Dader, Cap. "La mediación canalizada", *Periodismo y pseudocomunicación política*, Pamplona, Eunsa, 1983.

[8] Algún año más tarde un autor italiano señala por cierto, aunque de pasada, que los medios actúan "canalizando la atención del público". Este autor, como el resto de la escuela italiana, denomina al proceso "tematizzazione". Cfr. A. Agostini, 1984, p. 535.

[9] M. McCombs y D. Shaw, "The Agenda-Setting Function of Mass Media", *Public Opinion Quarterly*, vol. 37, (a), 1972, p. 177.

[10] P.180.

[11] J. L. Dader, cap. "La fijación de la agenda: canalización o "tematización" de la realidad por los medios", en Muñoz Alonso/Monzón/Rospir y Dader, *Manual de opinión pública y comunicación política*, Madrid, Eudema, 1990 (en prensa).

[12] M. Combs, op. cit., 1981, pp. 210-211.

- [13] J. L. Dader, op. cit., 1983, p. 392
- [14] E. Katz, "On Conceptualizing Media Effects", en Katz (ed.), *Studies in Communication*, Greenwood (CT.), Jai Press, 1980.
- [15] S. Iyengar y D. Kinder, *News that Matters: Agenda-Setting and Priming in a TV Age*, Chicago Univ. Press, 1987.
- [16] E. Rogers y J. Dearing, "Agenda-Setting Research: Where Has it Been, Where Is it Going!", *Communication Yearbook*, vol. XI, London, Sage, 1988, p. 557.
- [17] E. Rogers y J. Dearing, op. cit., 1988, p. 570.
- [18] J. R. Hauser, "Agendas and Consumer Choice", *Journal of Marketing Research*, v. 13, 1986.
- [19] J. M. Esteve, *Influencia de la publicidad en televisión sobre los niños. Los anuncios de juguetes y las cartas a los Reyes Magos*, Madrid, Narcea, 1983.
- [20] D. Weaver, "Media Agenda-Setting and Media Manipulation", *Massacommunicatie*, vol. IX: 5. Reimpreso en *Mass Communication Review Yearbook*, vol. 3, 1982, p. 548.
- [21] E. Rogers y J. Dearing, op. cit., 1988, p. 572.
- [22] E. Rogers y J. Dearing, op. cit., 1988, p. 573.
- [23] E. Rogers y J. Dearing, op. cit., 1988, p. 588 y ss.
- [24] D. L. Swanson, "Feeling the Elephant: some observations on Agenda Setting Research", *Communication Yearbook*, vol. XI, London, Sage, 1988, p. 605.
- [25] U. Eco, *El péndulo de Foucault* (Novela) (v.o. 1989), Barcelona, Orbis, 1989, pp. 260-1.
- [26] El concepto de "mundo de la vida", proveniente de la fenomenología de Husserl, es considerado actualmente por diversas escuelas sociológicas como categoría básica de la realidad que nos es común a cuantos compartimos una sociedad. Presupone "una red intuitivamente presente y por tanto familiar y transparente, y sin embargo inabarcable, de presuposiciones que han de cumplirse para que la emisión que se hace (frase o aserto) pueda tener sentido" (la expresión entre paréntesis es nuestra). En J. Habermas, *Teoría de la acción comunicativa* (v.o. 1981). Madrid, Taurus, Vol. II, pp. 186-187, y las referencias restantes desde p. 197 y ss. Iyengar y Kinder, op. cit., 1987.
- [27] Iyengar y Kinder, op. Cit., 1987.
- [28] S. T. Fiske y S.E. Taylor, *Social Cognition*, Reading (MA) Addison-Wesley, 1984, p. 231.
- [29] J. L. Dader, "Derecho a/ Deseo de: Información y ocio en la democracia", en VV.AA. *Información y Derecho de la Información*. Madrid, Fragua, 1987, pp. 219-41.

- [30] D. L. Swanson, op. cit., 1988, p. 611.
- [31] D. Altheide, *Creating Reality. How TV News Distorts Events*, London, Sage, 1976; D. Altheide y R. Snow, *Media Logic*, London, Sage, 1989.
- [32] G. Tuchmann, "Objectivity as Strategic Ritual: An Examination of Newsmen Noción of Objectivity", *American Journal of Sociology*, vol. 77:4, 1972 y *Making News: A Study in the construction of Reality*, New York, Free Press, 1978. Versión castellana en Barcelona, G. Gili, 1983
- [33] E. Epstein, *News from No«here*, New York, Random House, 1973.
- [34] Cfr. A. Agostini, "La tematizzazione. Selezione e memoria dell'informazione giornalistica", *Problemi dell'Informazione*, vol. 9:4, p. 537.
- [35] S. Hall, "Culture, The Media and the Ideological Effect", en J. Curran et al. (eds.) *Mass Communication and Society*, London, Arnold, 1977, p. 336.
- [36] J. L. Dader, op. cit., 1983, p. 400 y ss.
- [37] B. Roshco, *Newsmaking*, Chicago LJniv. Press, 1975.
- [38] D. Graber, *Mass Media and American Politics*, Washington, Congressional Quarterly Press, 1980.
- [39] J. Galtung y M. Rüge, "Structuring and Selecting News", (v.o. 1973) en Cohen/Young (eds.), *The Manufacture of News*, London, Sage, 1974; "The Structure of Foreign News", *Journal of Peace Research. Media Sociology*, London, Constable, 1970.
- [40] E. Noelle-Neumann, "L'Influence des Mass Media", *RTBF. Études de Radiotélévision*, n 26, 1978 (a).
- [41] F. Böckelman, *Formación y funciones sociales de la opinión pública* (v.o. 1976), Barcelona, G.Gili, 1983.
- [42] R. Park, "News as a Form of Knowledge" (v.o. 1940), en H. Turner (ed.), *On Social Control and Collective Behavior*, Chicago Univ. Press, 1967.
- [43] L. Vilches, op. cit., 1989, p. 21 y ss.
- [44] L. Vilches, op. cit., 1989, p. 25.
- [45] Cfr. A. Navas, "Notas críticas sobre la teoría sociológica de Niklas Luhmann", *Annals of the Archive of Ferran Valls i Taberner's Library*, n° 1/2, 1988, a), p. 172.
- [46] Cfr. J. Habermas, *Teoría de la acción comunicativa* (v.o. 1981, Vol. II, p. 552), Madrid, Taurus, 1987.
- [47] Cfr. A. Navas, op. cit., pp. 172-73.

- [48] Para una comprensión de la teoría sistemática de Luhmann, cfr. J. Habermas (1981, Vol. II, p. 335 en adelante) y A. Navas (1988, a) y b)). Para una exposición directa de la teoría de la sociedad de N. Luhmann, cfr. sus obras más generales *Soziologische Aufklärung* 1, 2 y 3. Opladen, 1970, 1975 y 1981 y la reunión de escritos traducidos al italiano *Stato di diritto e sistema sociale*, Napoli, Guida, 1978. Vid. también, Luhmann, 1974 y 1979.
- [49] J. Habermas, op. cit., 1981, Vol. II, p. 504
- [50] A. Navas, "La función integradora de los medios de comunicación en el pensamiento de Niklas Luhmann", en López-Escobar/Orihuela (eds.), *La responsabilidad pública del periodista*, Pamplona, Universidad de Navarra, 1988, b), p. 132.
- [51] N. Luhmann, *Soziologische Aufklärung*, 2, Opladen, 1975, p. 71.
- [52] J. Habermas, op. cit., 1981, Vol. II, p. 376
- [53] A. Navas, op. cit., 1988, b), pp. 129-30 y 132.
- [54] A. Navas, op. cit., 1988, b), p. 132.
- [55] Cfr. A. Navas, op. cit., 1988, b), pp. 135-36.
- [56] E. Saperas, op. cit., 1987, p. 91.
- [57] Cfr. A. Agostini, op. cit., 1984, p. 534.
- [58] Cfr. N. Luhmann, "Offentliche Meinung" (v.o. 1970), trad. al italiano en *Stato di Diritto e Sistema Sociale*, Napoli, Guida, 1978.
- [59] Cfr. E. Saperas, op. cit., 1987, pp. 98-9.
- [60] A. Agostini, op. cit., 1984.
- [61] A. Agostini, op. cit., 1984, pp. 537-8.
- [62] G. Grossi, "Professionalita e casi eccezionali", *Problemi dell'Informazione*, Vol. VI : 1, 1981;
- [63] Cfr. A. Agoscini, op. cit., 1984, p. 534.
- [64] G. Grossi, op. cit., 1983, p. 31
- [65] C. Marletti. "L'Informazione come Scambio Político", en AA.VV., *Comunicare Política* Milano, Angeli, 1983.
- [66] C. Marletti, "L'Informazione tematizzata. Nuove tecnologie della comunicazione e trasformazione dei modelli giornalistici", en F. Barbano (ed.), *Nuove tecnologie: Sociologia e informazione quotidiana*, Milano, Angeli, 1982, p. 206.

- [67] A. Agostini, op. cit., 1984, p. 536.
- [68] A. Agostini, op. cit., 1984, p. 539.
- [69] M. Benton y J. Frazier, "The Agenda Setting Function of Mass Media at Three Levels of Information Holding", *Communication Research*, vol. 3, 1976.
- [70] A. Agostini, op. cit., 1984, p. 545.
- [71] Lorenzo Vilches, *Manipulación de la información televisiva*, Barcelona, Paidós, 1989.
- [72] A. Agostini, op. cit., 1984, p. 545.
- [73] P. Meyer, *Precision Journalism. A Reporters Introduction to Social Science Methods*, Bloomington (Indiana) Univ. Press (v.o. 1972) ed. 1973; D. P. Demers y S. Nichols, *Precision Journalism*, London, Sage, 1987.
- [74] A. Agostini, op. cit., 1984, p. 555, el subrayado es mío
- [75] A. Agostini, op. cit., 1984, p. 547
- [76] Cfr. Agostini, op. cit., 1984, pp. 554-57.
- [77] G. Grossi, "Professionalita giornalistica e costruzione sociale della realtà", *Problemi dell'informazione*, Vol. X:3, 1985, p. 373.
- [78] P. Berger y T. Luckmann, *La construcción social de la realidad* (v.o. 1966), Buenos Aires, Amorrortu, 1978.
- [79] P. Berger y T. Luckmann, op. cit., 1978, p. 13.
- [80] A. Lucas Marín, "Sociedad y realidad objetiva", en *Apuntes de Sociología y estructura social*, ed. Facsímil, Fac. Ciencias de la Información, Univ. Complutense de Madrid, 1989.
- [81] P. Berger y T. Luckmann, op. cit., 1978, p. 84.
- [82] P. Berger y T. Luckmann, op. cit., 1978, p. 41.
- [83] Cfr. A. Lucas Marín, op. cit., 1989.
- [84] La importancia de la determinación cultural con consecuencias sociobiológicas tuvo ocasión de exponerla, a partir de la obra de Patrick Williams y Joan Pierce "Communication as Biosystem" (*Journal of Communication*, Vol. 24:4, 1970) en mi artículo "El marco interdisciplinar y específico de la investigación sobre opinión pública", *Revista de Estudios Políticos*, n 39, 1984.
- [85] P. Berger y T. Luckmann, op. cit., 1978, p. 39.
- [86] *Ibid.*, p. 41.

[87] Ibid., p. 88.

[88] Cfr. Noelle-Neumann, v.o., 1978.

[89] El concepto de "adquisición monotética" es originario de Husserl, y fue ampliamente usado por Schutz, como reconocen expresamente Berger y Luckmann (1978, p. 93).

[90] P. Berger y T. Luckmann, op. cit., 1978, p. 93.

[91] P. Berger y T. Luckmann, op. cit., 1978, p. 116.

[92] F. Colombo, Rabia y televisión. Reflexiones sobre los efectos imprevistos de la televisión (v.o. 1981), G. Gili, 1983.

[93] P. Berger y T. Luckmann, op. cit., 1978, p. 133.

[94] P. Berger y T. Luckmann, op. cit., 1978, p. 187.

[95] Cfr. por ej., G. Tuchmann, op. cit. de 1972 y 1978.

[96] G. Grossi, op. cit., 1985, p. 381 y ss.

[97] G. Grossi, op. cit., 1985, p. 383.

[98] G. Grossi, op. cit., 1985, p. 384.

[99] D. Altheide y R. Snow, *Media Logic, London, Sage, 1979*

[100] La tesis central de D. Altheide y R. Snow en *Media Logic* (1979) establece que el entretenimiento, las noticias, la religión, los deportes y las instituciones de la sociedad norteamericana han adoptado la "lógica de los medios" y sus característicos formatos como parte de sus estrategias para obtener relevancia. La perspectiva mediática de todos estos ámbitos se convierte así en una parte del total de la cultura. Añaden que los "formatos" de cada clasificación de programas es un esqueleto que se impone a toda realidad para merecer la cobertura de los medios. La deformación de la realidad en ficciones de entretenimiento llega a tales extremos que, en profesiones como las de policía, la policía real tiene que incrementar el uso de ciertas prácticas de investigación puramente teatrales porque las víctimas de delitos reales las esperan y las exigen al haberlas visto en la televisión o el cine.

[101] L. Vilches, op. cit., 1989 p. 15

[102] Tesón, Charles, "Le ballon dans la lucarne" en *Cahiers de Cinema* n 386, 1986.

[103] L. Vilches, op. cit., 1989 p. 15

[104] M. Wolf, *Sociologías de la vida cotidiana*, (v.o. 1979), Madrid, Cátedra, 1988, cfr. por ej., pp. 16-23 y 117.

[105] E. Goffman, *Encounters. Two Studies in the Sociology of Interaction*, Indianapolis, Bobbs-

Merril, 1961, p. 81.

[106] M. Wolf, op. cit., 1988, p. 38.

[107] M. Wolf, op. cit., 1988, p. 90.

[108] D. Davis y St. Baran, *Mass Communication and Everyday Life*, Bermont (CA), Wadsworth, 1981, pp. 115-121.

[109] E. Goffman, *La presentación de la persona en la vida cotidiana*, (v.o. 1959), Buenos Aires, Amorrortu, 1987.

[110] Personalmente tuve ocasión de ocuparme de esta dimensión de los trabajos de Goffman y Davis y Baran – aunque con otras implicaciones –, en "Derecho a/Deseo de: Información y ocio en la democracia", en VV.AA., *Información y derecho de Información*, Madrid, Fragua, 1987.

[111] M. Wolf, op. cit., 1988, p. 83.

[112] Cfr. *El Mundo*, 7 y 11-11-1990.

[113] P. Meyer, op. cit., 1973.

[114] M. Wolf, op. cit., 1988, p. 71

[115] M. Wolf, op. cit., 1988, p. 118.

[116] Cfr. "La escasa ponderación de la vivienda desvirtúa los datos del INE", en *El País*, 22-VIII-1989, y "El presidente del INE califica de antigua la composición del IPC", en *El Independiente*, 30-1-1990.

[117] E. Goffman, op. cit., 1987, p. 255.

[118] E. Goffman, op. cit., 1987, pp. 256-57.

[119] H. Garfinkel y H. Sacks, "On Formal Structures of Practical Actions", en McKinney/Tiryakian (eds.) *Theoretical Sociology*, New York, Appleton, 1970, p. 345.

[120] Una definición sintética de la etnometodología es la proporcionada por M. Wolf (op. Cit., 1988, p. 110): "La etnometodología es el estudio de los modos en que se organiza el conocimiento que los individuos tienen de los cursos de acción normales, de sus asuntos habituales, de los escenarios acostumbrados".

[121] H. Garfinkel, *Studies in Ethomethodology*, Englewood Cliffs, Prentice-Hall, 1967, p. 53.

[122] H. Garfinkel, "A Conception of and Experiment with "Trust" as a Condition of Stable Concerted Actions", en O.J. Harvey, (ed.) *Motivation and Social Interaction*, New York, Ronald Press, 1963, p. 238.

[123] Cfr. M. Wolf, op. cit., 1988, p. 107.

[124] Cfr. M. Wolf, op. cit. 1988, p. 136 y ss

[125] M. Wolf, op. cit. 1988, p. 143

[126] A. Izzo (ed.), *Storia del pensiero sociológico*, Evols, Bolonia, Il Mulino, 1977, p. 351.

[127] A. Giddens, *New Rules of Sociological Method: A Positive Critique of Interpretive Sociologies*, New York, Basic Books, 1976, p. 68.

[128] Dader, op. cit., 1983, p. 400.

[129] E. Saperas, op. cit., 1987, p. 149

[130] G. Grossi, op. cit., 1985, p. 378.