

La paradoja de los periodistas italianos: difusores teóricos, pero defensores prácticos. Problemas metodológicos e interpretativos

The Paradox of the Italian Journalists: Disseminators in Their Self-perception, but Advocates in Fact. Methodological and Interpretative Problems

RESUMEN: El artículo examina la percepción que los periodistas italianos tienen de su profesión. El estudio, basado en series de entrevistas, descubre una contradicción entre lo que afirman los periodistas acerca de su trabajo y lo que se desprende de su tarea: ellos se perciben como meros difusores de información, y, sin embargo, el análisis interpretativo de su quehacer sugiere que adoptan una actitud militante y defensora ante la realidad informativa. Dicha actitud resulta coherente con la tradición periodística italiana, y muestra que el modelo profesional anglosajón ("democrático radical") no parece ser válido para explicar el ejercicio del periodismo en países como Italia.

ABSTRACT: *This paper examines the perception that the Italian journalists have about their profession. Built on a series of interviews, the study points out a contradiction between the statements of the journalists and what comes out from the analysis of their work. They perceive themselves as news disseminators, but the author's interpretation of their tasks suggests that Italian journalists are advocacy-oriented. This attitude seems to be consistent with the tradition of journalism in the country and shows that the anglo-saxon radical democratic model is not valid for the profession in Italy.*

1. Raíces del periodismo de defensa

El objetivo de este artículo es demostrar hasta qué punto resulta complejo analizar —como ocurre, por otro lado, en cualquier grupo—, la profesión periodística, y poder dar explicaciones unívocas. Un ejemplo puede ser el perio-

dismo italiano. En la bibliografía científica, pero también en el debate público sobre la profesión, se considera a periodista como militante, partisano, con un papel que a menudo se solapa con la política¹. Aún así, las pocas investigaciones acerca de la autopercepción de los periodistas no parecen concordar con ese juicio, pues ponen en evidencia la tendencia hacia un modelo profesional basado en un concepto de objetividad en el que predomina la función informativa de la prensa.

La contradicción entre el debate público y la autopercepción de los periodistas puede tener tres explicaciones diferentes. En primer lugar, saca a la luz un problema metodológico que se extiende también a otros campos y a otros objetos de investigación: tras estudiar desde una perspectiva comparativa a los periodistas italianos, puede señalarse que su nivel de militancia es mayor que el de profesionales de otros países.

Mas la contradicción no es sólo metodológica, no se debe solamente a las distorsiones que pueda introducir el punto de vista de la investigación, que bien pueden existir. Una segunda explicación la encontramos en el predominio de un modelo de referencia profesional, que aquí será definido como *modelo profesional*, el cual, por diversos sucesos históricos, se ha convertido en el dominante, al menos como referente teórico, en aquellos países en los que el sistema de relaciones entre los medios de comunicación y la política llevaba hacia diversos modelos profesionales.

En tercer lugar, y, por último, es necesario considerar la dificultad para poner una única etiqueta al trabajo periodístico que, como ya ha señalado Weaver, parece más bien "pluralista": es decir, responde más bien a lógicas diversas y a menudo enfrentadas entre ellas².

Existe un consenso casi unánime entre los investigadores y también entre los mismos profesionales, acerca del hecho de que el periodismo italiano se encuentra fuertemente relacionado con la política; aunque el término no es usado en italiano, es un periodismo, "advocacy oriented"³. Este juicio surge, por un lado, de las diversas investigaciones realizadas acerca del contenido de

¹ N.T.: La investigación académica española no ha adoptado todavía etiquetas definitivas para denominar las actitudes profesionales de los periodistas. El periodista *advocate* es el que aboga por una causa, defiende una postura determinada. A lo largo del artículo se usarán los términos *defensor*, *militante*, *abogado* y *partisano*.

² Véase WEABER, D., *The Global Journalism*, Hampton Press, Cresskill, 1998.

³ N.T.: el término tampoco ha sido utilizado en castellano. Hace referencia a un periodismo en el que el periodista aboga por una causa, mostrando su opinión.

la información periodística, que han caracterizado la investigación italiana sobre la comunicación de masas en los años setenta y ochenta⁴. Surge, por otro, como ya se ha señalado, del debate público, que es más amplio que el meramente científico, acerca de la profesión periodística.

De este patrimonio de conocimientos se deduce, en primer término, el lugar preponderante que, frente a otros tipos de noticias, ocupa la información política tanto en el papel impreso como en la televisión⁵; algo importante si, como veremos más adelante, eso no implica necesariamente la tendencia a la realización de un periodismo que abogue por algo. Los resultados de las investigaciones confirman que la atención de los medios de masas se dirige de modo principal a la vida de los partidos políticos y a las numerosas cuestiones internas y externas relacionadas con sus alianzas y enfrentamientos. Más que a las cuestiones de estrategia se mira a las cuestiones conflictivas. Además, cuando se afrontan problemas concretos y específicos se hace con una óptica predominantemente política o ideológica. Franco Rositi concluye una importante investigación sobre la información televisiva con lo siguiente:

La primera cuestión que aparece con evidencia después de la lectura de los datos hace referencia al neto privilegio dado por la emisora televisiva (la RAI), en su actividad de información oficial, al sistema político. Tratándose de un emisor perteneciente al Estado, esta revelación podría parecer obvia y, en el fondo, justificable. Pero es justamente la noción de sistema político que pone de manifiesto la investigación la que resta valor a las justificaciones. De hecho, se trata de un modelo excesivamente vinculado a la dimensión de los partidos políticos o de los movimientos que se dirigen, de un modo casi especular, a la actividad de los mismos partidos⁶.

Para confirmar esta afirmación, en 1984 Rositi y Grossi, recogiendo tres años de investigaciones encargadas por la misma televisión pública, calcula-

⁴ Véase MANCINI, P., "Between Normative Research and Theory of Forms and Content: Italian Studies on Mass Communication", *European Journal of Communication*, vol. 1 1986, pp. 97-117; MANCINI, P., WOLF, M., "Mass Media Research in Italy: Culture and Politics", *European Journal of Communication*, vol. 5, 1990, pp. 187-207.

⁵ Véase ROSITI, F., *L'informazione dei radio telegiornali nei programmi della RAI TV, VPT*, Roma, 1978; AGOSTINI, A., FENATI, B., KROL, S. (eds.), *Annali della riforma*, ERI, Turín, 1987.

⁶ ROSITI, F., *L'informazione dei radio telegiornali nei programmi della RAI TV, VPT*, Roma, 1978, p. 1.

ban que la presencia de la política dentro de los telediarios oscilaba, dependiendo de las diversas modalidades de noticias, entre el 45% y el 65%. Esto es, afirman los investigadores, un «peso desproporcionado»⁷. Parece que la palabra del ciudadano medio, del hombre de la calle, no tiene el mismo derecho de presencia en la información política. La voz completamente dominante es la de los partidos políticos o de sus representantes oficiales. Algunos años después, comentando otras investigaciones encargadas por la televisión pública italiana, escriben Agostini, Fenati y Kroll: «El modelo de información está centrado sobre todo en el sistema político y en los partidos (aunque no todos con la misma relevancia). Ellos son los protagonistas de una información que gira en torno a los temas de las relaciones entre y dentro de los partidos»⁸. La gran y, en muchos aspectos, anormal presencia de información política es destacada con claridad también por estudios comparados que han confrontado el contenido de la información periodística italiana con la de otros países⁹.

Más allá de estos aspectos de contenido, existe un consolidado y ramificado sistema de relaciones entre política y profesión periodística, que muestra un elevado nivel de actitud partisana de esta última. El gran debate sobre la información periodística y sus relaciones con la política a menudo lo ha puesto a la luz, aunque careciendo de datos empíricos que lo confirmaran. El periodismo italiano no solo dedica mucho espacio a la política, sino que él mismo es un periodismo político que toma posición, que se pone de parte de los profesionales que trabajan en él.

Se trata de una tradición que viene de lejos, desde los orígenes de nuestro periodismo. Desde su nacimiento y desarrollo en las gacetas literarias, siempre ha privilegiado la interpretación y el comentario antes que la simple narración de la crónica de los hechos. El periodismo se ha encontrado siempre más cómodo con las cuestiones complejas, y a menudo abstrusas, de la política, que con la descripción minuciosa de las cosas que ocurren. «El primado literario», del que habla el más relevante historiador del periodismo italiano, Paolo Murialdi¹⁰, y que han seguido tantos otros historiadores de la

⁷ ROSITI, F., GROSSI, G., «Prefazione», en GROSSI, G., *La RAI sotto analisi*, ERI, Turín, 1984, p. 22.

⁸ AGOSTINI, A., FENATI, B., KROL, S.(eds.), *Annali della riforma*, op. cit., p. 11.

⁹ Véase MANCINI, P., *Videopolitica*, ERI, Turín, 1985; PORTER, W., *The Italian Journalist*, University of Michigan Press, 1983; BRANCOLI, R., *Il risveglio del guardiano*, Garzanti, Milán, 1994.

¹⁰ Véase MURIALDI, P., *Storia del giornalismo italiano*, Gutenberg 2000, Turín, 1986.

sociedad italiana¹¹, determina un lenguaje difícil, a menudo incomprensible y, en todo caso, destinado a públicos restringidos, dotados de una educación superior a la media¹². De hecho, como las gacetas literarias, el periodismo italiano siempre ha sido de elite, culto, que circula, principalmente, primero en el interior de los diversos grupos intelectuales, y luego en los políticos, convirtiéndose progresivamente en un instrumento esencial de diálogo y de negociación entre ellos, para lograr los acuerdos necesarios en un sistema político extremadamente complejo y con una forma de gobierno que durante decenios ha sido de coaliciones¹³.

Siguiendo la misma línea interpretativa, algunos autores hablan consecuentemente de paralelismo, para indicar la estrecha relación que va y viene, ya sea en el nivel estructural, ya en el de los contenidos, entre el periodismo y la política, campos que con frecuencia llegan a sobreponerse y a confundirse. Escriben Grossi y Mazzoleni: «El paralelismo político se entiende como aquella modalidad específica de funcionamiento de la información de masas a varios niveles (organizativo, económico, profesional, temático e ideológico) que se expresa en una sustancial compañía (más o menos explícita o marcada) del campo político institucional, aunque incluya también un grado variable de autonomía profesional»¹⁴. Otros han usado la metáfora del *scarfoglio*¹⁵ para ejemplificar al periodista que interviene, que se pone de un lado o de otro, como si fuera un mosquetero del rey de Francia, para defender aquellas causas en las que cree¹⁶. Y otros, con una metáfora afortunada de gran éxito, han hablado de *periodista desmediado* para subrayar cómo el profesional de la información se pertenece sólo en parte a sí mismo: la otra mitad

¹¹ Véase ASOR ROSA, A., "Il giornalista: appunti sulla fisiologia di un mestiere difficile", en *Storia d'Italia*, Einaudi, Turín, 1972, pp. 1225-1257; FARINELLI, G., PACCAGNINI, E., SANTAMBROGIO, G., VILLA, A.I., *Storia del giornalismo italiano*, Utet, Turín, 1997.

¹² Véase DARDANO, M., *Il linguaggio dei giornali italiani*, Bari, Laterza, 1976.

¹³ Véase MANCINI, P., "The public sphere and the use of news in a 'coalition' system of government", en DAHLGREN, P., - SPARKS, C. (eds.), *Communication and Citizenship*, Routledge, Londres, 1991, pp. 137-154.

¹⁴ GROSSI, G., MAZZOLENI, G., "Per un'interpretazione del rapporto tra Parlamento e sistema informativo: analisi ed indicazione di ricerca", en CAMERA DEI DEPUTATI (ed.) *Informazione e Parlamento*, Camera dei deputati, Roma, 1984, p. 139.

¹⁵ Edoardo Scarfoglio fue un periodista italiano de finales del siglo pasado, célebre sobre todo por la pasión que ponía en las luchas políticas del periódico *Il Mattino* de Nápoles, diario que dirigía y que pronto llegó a ser el más importante del sur de Italia.

¹⁶ Véase MURIALDI, P., *Storia del giornalismo italiano*, op. cit.

es propiedad de los grupos económicos o políticos con los cuales está en relación¹⁷. Bechelloni ha sido durante años un atento observador y un crítico feroz de la estrecha relación existente entre el sistema de la política y de los medios de comunicación. A menudo ha llamado la atención sobre cómo el periodista italiano muestra siempre la necesidad de tener un enemigo contra el que combatir, por lo que el abandono de un periodismo intervencionista no es cosa fácil ni próxima. Afirma este autor que se está pasando objetivamente por un «camino tortuoso»¹⁸.

La exagerada atención a los sucesos políticos y la condición de paralelismo no son solamente objeto de reflexiones teóricas y de investigación científica, sino que también son confesadas por los mismos periodistas. Ya se ha hecho referencia a las afirmaciones de Pansa, uno de los más famosos periodistas italianos, sobre el *periodista desmediado*. Antes, Enzo Forcella, nombre bien conocido entre los que trabajan en este sector, había escrito un breve ensayo con el brillante título de “Mil quinientos lectores”, que explicaba de este modo:

Un periodista político, en nuestro país, puede tener en torno a mil quinientos lectores: los ministros y los subsecretarios (todos), los parlamentarios (parte), los dirigentes de partido, sindicalistas, otros prelados y algún industrial que quiere saberse informado. El resto no cuenta, aunque el periódico venda trescientas mil copias. En primer lugar, no está comprobado que los lectores lean las primeras páginas de los periódicos y, en todo caso, su influencia es mínima. Todo el sistema está organizado en torno a la relación entre el periodista y ese grupo de lectores privilegiados¹⁹.

Son del mismo cariz las recientes palabras de un nombre famoso dentro del periodismo italiano, Sandro Viola, quien afirma:

Durante años y años los periodistas italianos han tenido la impresión, han gozado de la ebria sensación, de ser ellos mismos quienes hacen la política. Ese andar arriba y abajo en el transatlántico de Montecitorio²⁰, del

¹⁷ Véase PANSA, G., *Comprati e venduti*, Garzanti, Milán, 1977.

¹⁸ BECHELONI, G., (ed.), *Il Mestiere di giornalista*, Napoli, Liguori, 1982, p. 13.

¹⁹ FORCELLA, E., “Millecinquecento lettori”, en *Tempo presente*, 1959, p. 451.

²⁰ El transatlántico es el nombre del largo pasillo que hay en el interior del Palacio de Montecitorio, sede de la Cámara de los Diputados, donde suelen encontrarse periodistas y políticos.

brazo de líderes y semi-líderes, el placer de debatir con ellos los mil (y todos inútiles) matices que afloran de la *no política*, habían hecho de los periodistas los auténticos protagonistas del sistema. No son sólo testimonios críticos, sino también protagonistas, de la comedia escenificada, hasta tal punto de que su lenguaje había terminado por ser una copia casi exacta de la lengua política, la cual ya estaba dirigida hacia la derrota²¹.

Basándonos en las consideraciones que hemos hecho hasta el momento, hay un aspecto estructural que no puede ser minimizado: en Italia no ha existido jamás una editorial *pura* que obtenga sus beneficios exclusivamente de la venta de productos relacionados con la edición o con las comunicaciones de masa, aunque su misma existencia no sea de modo automático garantía de independencia de grupos y presiones políticas. Hasta hace pocos años, el periodismo ha actuado como un negocio deficitario, pero que podía asegurar, a quien operara en mercados distintos a los de la comunicación, los instrumentos para asegurarse la aceptación necesaria de la opinión pública. Todavía hoy, si bien la situación ha cambiado y también los periódicos producen beneficio, los diarios más grandes y las publicaciones periódicas, son propiedad de grupos industriales con intereses en muchos campos de la industria y el comercio: la FIAT posee *La Stampa*, el tercer diario italiano e, indirectamente, la mayoría de las acciones de *Il Corriere della Sera*, en la actualidad el diario de mayor difusión en Italia. Un empresario, De Benedetti, con intereses en diversos sectores, es a su vez el propietario del segundo diario italiano, *La Repubblica*, y de una ramificada cadena de diarios locales y de importantes semanarios. Otros grupos industriales se dividen la gran parte de los restantes periódicos, mientras el mismo Berlusconi, que ha llevado la carga de Presidente del Consejo, tiene intereses que van desde las televisiones hasta el papel impreso: es propietario de una de las principales cadenas italianas de supermercados, de seguros, mientras que su fortuna económica proviene originariamente de la actividad editorial, campo en el que el propietario de *Mediaset* tiene todavía notables intereses.

En los años pasados, además, la propiedad pública (es decir, la propiedad del Estado) de los medios de comunicación, ha sido muy alta, siguiendo una tradición, también antigua, que ligaba una parte significativa de los medios italianos a los partidos del gobierno, principalmente. Muchos de los estudios sobre contenidos, de los que ya hemos hablado antes, han podido demostrar

²¹ VIOLA, S., "Le penne del regime", *La Repubblica*, 23-V-1993.

cómo, sobre todo en el caso de la RAI, esta relación actuaba directamente en el nivel de los mensajes transmitidos de las diversas cadenas, que dependían de hecho de los partidos mayoritarios en el gobierno. A lo largo de los años, se ha desarrollado de ese modo en el servicio público de radiotelevisión el fenómeno bien conocido de la *lottizzazione* (división en lotes), por medio del cual, hasta el inicio de los años noventa, las tres cadenas de la RAI han dependido de los dos partidos mayoritarios en el gobierno, y del primer partido de la oposición, mientras que los otros puestos de mando en el interior de la RAI se repartían entre el resto de los partidos del gobierno. Incluso las cabeceras de los periódicos toman una posición política clara, siguiendo una tendencia arraigada de mostrar el compromiso político. De acuerdo con todo esto, el que Berlusconi entrara en el juego político se explica por la tradición de intervencionismo político de los medios, que ya estaba fuertemente consolidada.

Además, el Estado siempre ha intervenido de formas diversas en el sistema informativo, que de ese modo resultaba todavía más susceptible de control, de censuras, de peticiones y de imposiciones. En la práctica del trabajo periodístico, el vínculo de los medios con los grupos industriales o políticos determina la asunción del punto de vista del grupo de referencia, su defensa en los enfrentamientos sostenidos contra otros grupos de información y, como resultado, la búsqueda de la necesaria mediación de los intereses representados a través de la comunicación. A propósito del nacimiento en los años cincuenta de un nuevo diario (*Il Giorno*, propiedad del ENI, la compañía petrolífera del Estado²²) ha escrito Piero Ottone, antiguo director de *Il Corriere della Sera*: «El verdadero fin del periódico, su función primaria, era la de guiar la polémica periodística contra los diarios financiados por la industria privada o solamente por los legítimos beneficios provenientes de las ventas y de la publicidad, pero que eran favorables a la Confindustria (Confederación de Empresarios Italianos) y a la industria privada, que estaban en guerra continua con las participaciones estatales»²³.

Según los puntos de vista que se han expuesto hasta el momento, la esfera pública italiana puede ser interpretada según el modelo que Curran ha

²² Enrico Mattei, Presidente del ENI, la compañía petrolífera de propiedad estatal, quiso que en 1956 naciera un nuevo diario, cuyo propietario fuera el mismo ENI, lo que fue una novedad en la práctica habitual del periodismo italiano.

²³ OTTONE, P., *Il gioco dei potenti*, Longanesi, Milán, 1985, p. 78.

definido como *democrático radical*²⁴ y que otros autores han llamado estado de bienestar²⁵. En tal modelo de esfera pública, se confrontan representaciones ideológicas y políticas de la sociedad, cada una de las cuales está unida a grupos, partidos e intereses organizados. El periodista no tiene la tarea de mediar entre el poder político y los ciudadanos, es decir, la tarea de desarrollar una función de comunicación vertical²⁶, sino el de asegurar una comunicación fundamentalmente horizontal, de dar voz a todas las representaciones de la sociedad, consentir y facilitar el diálogo entre las diversas elites ideológicas, políticas, culturales, que (colocadas en el mismo nivel social) se confrontan sobre la escena pública y, a través de esa comunicación de masas, llegan a obtener o infringir acuerdos, construyen alianzas o proyectos comunes²⁷.

El periodista es parte integrante y activa de cada una de las representaciones a las que defiende, que ayuda a amplificar y a difundir, en defensa de la cual argumenta, o de la que se hace portavoz. Su modelo de referencia es aquel del periodismo intervencionista y abogado: la objetividad se consigue en la comparación y en la verificación de las diversas realidades parciales, cada una de las cuales es sostenida por uno de los medios en circulación.

No han faltado, especialmente por parte de la prensa escrita, los intentos de cambiar este modelo periodístico que, sin embargo, hasta el proceso de comercialización de los años ochenta ha permanecido sustancialmente inalterado, minando al final la misma credibilidad del periodista. Un estudio realizado en 1997 en diversos países europeos sobre la credibilidad e independencia de los periodistas, muestra que los italianos son considerados los menos independientes respecto a sus colegas franceses, alemanes, ingleses o españoles²⁸.

La comercialización de los ochenta ha disminuido, ciertamente, el nivel de partisanismo de los medios italianos que, con la competencia, han debido

²⁴ Véase CURRAN, J., "Rethinking the media as a public sphere", op. cit., pp. 20-45.

²⁵ Véase GARNHAM, N., "The media and the public sphere", en GOLDING, P., MURDOCK, G., SCHLESINGER, P. (eds.), *Communicating Politics*, Holmes & Meier, Nueva York, 1986, pp. 37-55.

²⁶ Véase SEYMOUR URE, C., *The Press, Politics and the Public*, Methuen, Londres, 1969.

²⁷ Véase MANCINI, P., "The public sphere...", op. cit., pp. 137-154.

²⁸ A la pregunta «¿Usted piensa que los periodistas son independientes, es decir, que logran resistir las presiones de los partidos y del poder?», la respuesta ha sido positiva para el 30% de los entrevistados en Francia, el 49% de los entrevistados en Alemania, del 29% de los de Gran Bretaña, el 32% de los de España y el 17% de los entrevistados en Italia (ABACUS, *La fiducia nei media in cinque paesi europei*, Milán, 1997).

responder, cada vez más, al mercado de los lectores y telespectadores. Sin embargo, la misma experiencia de los canales de *Mediaset*, y la aventura política de Berlusconi, testimonian que la comercialización ha ido acompañada del partisanismo, caracterizando canales y cabeceras que compiten por la conquista de la audiencia y de los lectores y que, sin embargo, logran mantener también una clara tendencia política. Esto ha determinado un sistema completamente original, con un fuerte incremento del sensacionalismo político (titulación grandilocuente, búsqueda afanosa de las exclusivas, lectura lo más conflictiva posible para el enfrentamiento político, etc.) ya sea en la prensa escrita o en la televisión.

2. La autopercepción de los periodistas

Entrevistados acerca de cómo se ven a sí mismos, los periodistas italianos en cambio, no se declaran partisanos, como podría parecer a raíz de lo que se ha afirmado hasta el momento. El estudio comparativo llevado a cabo entre 1991 y 1993 por Tom Patterson y Wolfgang Donsbach acerca de los periodistas de cinco países (Estados Unidos, Gran Bretaña, Alemania, Italia y Suecia), ofrece numerosas confirmaciones sobre esta actitud²⁹. De hecho, en la pregunta sobre los fines del periodismo (véase Tabla nº 1) se ve la fuerte convicción que tienen los periodistas de que su papel es esencialmente dar información al público (93,4%). La imagen de un periodismo sobre todo de información acerca de los sucesos de una comunidad logra un consenso tan generalizado que, si se sumaran los porcentajes de las respuestas "muy importante" y "bastante importante", el índice alcanza al 99,6%. Según el modelo propuesto por Weaver y Wilhoit, los periodistas italianos podrían ser, por tanto, considerados como difusores de información³⁰. Menos significativos son los datos de los periodistas que suscriben el modelo partisano. Sólo el

²⁹ La parte italiana de la investigación ha corrido a cargo de quien escribe. Los datos y contenidos parciales de la investigación están en: PATTERSON, T. y DONSBACH, W., "News Decisions: Journalists as Partisan Actors", en *Political Communication*, XIII, 1996, pp. 455-468; DONSBACH, W., PATTERSON, T., *Journalists' Roles and Newsroom Practices: A Cross-National Comparison*, ponencia presentada en la XLII Conferencia de la Asociación Internacional de Comunicación, Miami, 21-V-1992; MANCINI, P., PELLEGRINI, C., "Il popolo dei giornalisti italiani", *Problemi dell'informazione*, XIX, 1994, pp. 199-216.

³⁰ Véase WEAVER, D., WILHOIT, C., *The American Journalists*, Lawrence Erlbaum Associates, Mahwah, 1996.

77,7% de los entrevistados considera importante «promocionar determinadas ideas y valores». La adhesión a ese tipo de periodismo (el 37,7% de los periodistas lo considera “muy importante”), aunque se subordine siempre a los otros comportamientos profesionales indicados anteriormente, asume proporciones más consistentes si se suman las respuestas “muy importante” y “bastante importante” (76,6%) (véase Tabla nº 1).

Tabla nº 1 Importancia otorgada a las funciones del periodismo

	Mucho	Bastante	Algo	Nada	Total
Informar al público	93,4	6,2	0,4	0	100
Investigar los problemas	80,2	18,4	1	0,4	100
Sostener ideas y valores	37,7	35,9	19,2	7,2	100
Vivir personalmente los hechos	32,3	25,5	27,3	14,9	100
Expresarse a uno mismo	18,6	24,3	30	27,1	100
Influenciar las decisiones sobre los asuntos públicos	11,7	27,8	34,9	25,6	100
Influenciar al público	5	17,6	36,9	40,5	100
Ser el centro de atención	1,1	10	24,4	64,5	100

Las respuestas a otras preguntas del cuestionario confirman la elevada tendencia de los periodistas a sostener *valores* reconducibles a la posición del difusor de información. Más concretamente, preguntamos a los encuestados sobre qué se debe entender por información periodística correcta³¹. El 62,9% de los que responden ha dicho estar “muy de acuerdo” con la afirmación: «Una correcta información periodística expresa de modo equitativo las posi-

³¹ A los entrevistados se les propusieron cinco afirmaciones representativas de otras tantas definiciones posibles de correcta información periodística, pidiéndoles que expusieran (en una escala en la que el 1 indica “acuerdo fuerte”, 2 “acuerdo moderado”, 3 “acuerdo leve”, 4 “ni acuerdo ni desacuerdo”, 5 “leve desacuerdo”, 6 “desacuerdo moderado”, 7 “fuerte desacuerdo”) su nivel de acuerdo o desacuerdo. Entre las afirmaciones propuestas, se puede considerar que había dos relevantes para lograr la definición de la profesionalidad tal y como es entendida por el modelo neutral: «Una correcta información periodística expresa en modo equilibrado las posiciones de cada una de las partes contendientes en la disputa política» y «Una correcta información periodística requiere niveles idénticos de crítica a cada una de las partes de la disputa política». Hemos tomado el acuerdo con estas afirmaciones de los periodistas encuestados como una identificación con el modelo neutral.

ciones de cada parte de la discusión política», porcentaje que sube hasta el 84,8% de los casos, si se suman “gran acuerdo” y “moderado acuerdo”. Además, el 73,3% de los periodistas se declara de acuerdo con la afirmación: «Una correcta información periodística requiere idénticos niveles de crítica hacia cada una de las partes de la disputa política»³². En resumen, los periodistas italianos se declaran “difusores objetivos” de información.

También se muestra una fuerte adhesión de los profesionales de la información en lo que respecta a un periodismo dirigido a la investigación de los problemas públicos (80,2%) (véase Tabla nº1), aspecto que puede tomarse como indicador de una actitud profesional que Weaver y Wilhoit definen como “interpretativa” y que no se encuentra en necesaria contradicción con el modelo difusor. Más bien el periodista interpretativo se puede situar en contraposición al periodista que se limita a describir, a contar hechos sin pretender darles alguna interpretación o significado. A la vez, indagar e interpretar la realidad no significa que automáticamente se asume una actitud militante. Los periodistas que se identifican con la visión interpretativa (el 98,6% de aquellos que han sido preguntados, si se suman “muy importante” y “bastante importante”), rechazan un papel profesional de simple registro de los eventos y creen que es esencial romper la fragmentariedad de lo real por medio de una acción autónoma de investigación e interpretación, caracterizada por la creciente complejidad. Los hechos no hablan por sí solos, sino que deben ser investigados, leídos, interpretados y contextualizados, ligándolos a las circunstancias que están conectadas con ellos.

La confirmación de una tendencia de los periodistas italianos hacia una actitud activa e independiente de la información se obtiene del hecho de que el 80% de los sujetos entrevistados se encuentra de acuerdo con la afirmación: «Estudiando acerca de los hechos, los periodistas deberían hacer averiguaciones personales más que fiarse a las fuentes oficiales o habituales»³³.

³² La cifra alcanza el 83,7%, si se suman las frecuencias “mucho” y “moderado” acuerdo.

³³ A los periodistas se les pidió que indicaran en qué medida se encontrarían de acuerdo o desacuerdo en una escala ordinal, en la que: 1 indicaba “fuertemente de acuerdo” (54,1%); 2 “moderadamente de acuerdo” (25,9%); 3 “acuerdo leve” (11,4%); 4 “ni de acuerdo ni en desacuerdo” (6,2%); 5 “levemente en desacuerdo” (1%); 6 “moderadamente en desacuerdo” (0%); 7 “fuertemente en desacuerdo” (1,4%) con la afirmación: «Al investigar sobre los hechos, los periodistas deberían hacer investigaciones personales, más que fiarse de fuentes oficiales o habituales». El dato que se señala hace referencia al porcentaje de periodistas que han indicado las modalidades de “fuerte” y “moderado” acuerdo.

Más en particular, del análisis cruzado de los datos surge entre los periodistas italianos una interpretación particular acerca del modo de entender el periodismo de defensa que, aunque no sea la principal, tiene su importancia. En este modelo el periodismo es aceptado y defendido en cuanto que instrumento para sustentar las propias posiciones frente a los gobernantes y no a los gobernados. Es decir, los periodistas consideran importante sostener determinadas ideas y valores, pero influir en el público no es tan importante como influir en las elecciones de los gobernantes. De ese modo, el periodismo no es interpretado como un instrumento de presión sobre los ciudadanos, sino que asume la dimensión de lucha política, en la que el periodista se presenta como sujeto activo, que lleva una marca específica, la cual, muy a menudo, es la que se asocia a la cabecera del diario.

El cuadro de conjunto que surge de la observación de los datos italianos de que se dispone parece demostrar una adhesión generalizada de los profesionales de la información, al menos en el nivel de auto-percepción, a los contenidos peculiares de la fórmula del periodismo neutral, y sólo de modo secundario a aquella del periodismo activo y militante. La tendencia de los periodistas italianos a adoptar una actitud neutral la volvemos a encontrar confirmada por otros indicadores sintéticos que ponen en confrontación la actitud profesional neutral con la de abogado. En particular, a la pregunta «¿en qué medida considera más correcto el *sistema imparcial* o el *sistema defensor* como medio para favorecer el libre intercambio de ideas?», el 66,1% prefiere el sistema imparcial/neutral, frente al 21% que opta por el defensor y el 12,9% que rechaza ambos³⁴. Además, ante la pregunta: «Hay diversos modos de contar las noticias: una posibilidad es la de dar cuenta imparcial de los hechos, otra es la asunción de un determinado punto de vista sobre ellos. ¿Hasta qué punto sostiene su trabajo una posición parcial o imparcial?», el 56,6% indica una crónica "imparcial" (término tomado como indicador de la actitud profesional neutral), el 19,2% un relato que "sostiene una posición" (término tomado como indicador de la actitud profesional de defensa), y el 25,2% la posibilidad de "ni imparcial, ni defensora"³⁵.

³⁴ Se pidió a los periodistas que indicaran su opinión en una escala ordinal en la que: 1 indicaba "fuertemente el sistema imparcial"; 2 "sistema imparcial"; 3 "levemente el sistema imparcial"; 4 "ni el sistema imparcial ni el sistema abogado"; 5 "levemente el sistema abogado"; 6 "el sistema abogado"; 7 "fuertemente el sistema abogado". Los datos que se han indicado se refieren al porcentaje de las tres primeras y de las tres últimas posibilidades, sumadas con el fin de hacer más sencilla su comprensión.

³⁵ Se les ha pedido a los periodistas que indiquen su opinión en una escala ordinal en la que:

Los datos de la investigación llevada a cabo en el periodo 1991-1993 han sido confirmados sustancialmente por un estudio similar de 1997³⁶. De nuevo, los periodistas italianos se declaran a favor de un modelo informativo (52,0%) frente a un modelo interpretativo (16,9%)³⁷. Parece haber una indecisión menor a propósito de la oposición entre un modelo imparcial de periodismo y un modelo militante: la mayoría se decanta por el modelo imparcial (54,2%), contra un 21,1% que sostiene el modelo defensor. Los indecisos son el 24,7%. El periodismo de información es preferido antes que el de entretenimiento (50,1% frente al 21,1% y un 28,8% de indecisos). Una confirmación ulterior de los datos de 1989 se refiere a la preferencia de un modelo interpretativo que parece preferido por un 54,2% frente a un 14,5% que defiende un periodismo abogado, y un 29,3% de indecisos.

Otro grupo de preguntas investiga los mismos problemas desde una óptica ligeramente diferente: el objetivo principal del trabajo periodístico es el de informar (86,5% defiende que ésta es una tarea muy importante), le sigue el «investigar y hacer públicos los problemas» (83,8% piensa que ésta es una tarea muy importante). Respecto a la pregunta «ayudar a decidir» no hay un resultado muy contundente; las frecuencias de todas las posibles respuestas son bastante similares, y lo mismo ocurre con la modalidad «influir en las decisiones acerca de cuestiones de importancia pública». El modelo abogado («defender ideas») es tomado como una tarea importante por el 31,6% de los entrevistados, con un 44,0% de indecisos y el 24,3% que no piensa que esto sea una tarea del periodista. Los periodistas italianos se perciben, por tanto, como difusores neutrales de información. Hay pocas diferencias entre hombres y mujeres: estas últimas confirman la tendencia general, aunque parecen más favorables que los hombres en lo referente a un modelo interpretativo del periodismo, que sea capaz de influir en las decisiones públicas.

Muchos estudios han demostrado que las ideas políticas de los periodistas están más cerca de la izquierda que de la derecha³⁸: los periodistas italianos no son una excepción y se colocan claramente a la izquierda, como ya se

1 indicaba «fuertemente abogado»; 2 «moderadamente abogado»; 3 «levemente abogado»; 4 «ni abogado ni imparcial»; 5 «levemente imparcial»; 6 «moderadamente imparcial»; 7 «fuertemente imparcial». Los datos presentados se refieren al porcentaje de las tres primeras y de las tres últimas posibilidades, con el fin de facilitar su comprensión.

³⁶ Cfr. MANCINI, P., «Indagine socio-demografica sui professionisti dell'informazione», *Problemi dell'informazione*, I, 1999, pp. 92-109.

³⁷ El 30% tiene una posición intermedia entre las dos alternativas.

³⁸ Véase PATTERSON, T, DONSBACH, W., «News Decision: Journalists as Partisan

había deducido de las conclusiones de 1991: entre aquellos que se declaran de izquierda y de centro se alcanza un porcentaje del 56,3%, mientras que los de derecha y de centro derecha son sólo el 12%. El 17,3% no da cuenta de ninguna preferencia. Los periodistas italianos se declaran más a la izquierda que sus lectores, y que los diarios para los que trabajan, considerados generalmente de centro por los periodistas entrevistados.

También aquellos que se declaran de izquierda parecen preferir un modelo profesional difusor más que uno abogado³⁹: en los periodistas de izquierda es más marcada la preferencia de un modelo interpretativo frente a un modelo simplemente descriptivo de los hechos (el 19,9% de aquellos que se declaran de izquierdas lo prefieren, respecto al 16,7% de aquellos que se declaran de centro y el 10% de los que se dicen de derechas).

3. *Cómo explicar las contradicciones entre la práctica real y la autopercepción*

Los datos empíricos expuestos hasta el momento parecen contradecir las interpretaciones acerca de la naturaleza partisana y militante del periodismo italiano expuestas al inicio de este artículo. La contradicción saca a la luz sobre todo un problema metodológico que puede ser formulado con sencillez en estos términos: «Algunas de las preguntas de la investigación sociológica obtienen respuesta significativa solamente desde una dimensión comparativa». De hecho, los datos expuestos hasta el momento son sólo conclusivos si se analizan en comparación con los de otros países. Es decir, los datos no tendrían la misma fuerza y claridad si se consideran sólo en los periodistas italianos.

En el trabajo ya citado de Patterson y Donsbach, los periodistas italianos, a los que se les pedía señalar su preferencia por un periodismo militante o neutral, aparecen inclinados hacia el modelo abogado de una manera mucho más clara que sus colegas de otros países analizados (tabla nº 2). Aunque la preferencia se dirige hacia el periodismo neutral, el porcentaje de aquellos que en Italia se declaran en favor del periodismo militante es muy superior a

Actors", *Political Communication*, XIII, 1996, pp. 455-468; WEAVER, D., *The Global Journalist*, Hampton Press, Cresskill, 1998.

³⁹ El 23% de los periodistas de izquierda y de derechas contra el 21% de los periodistas que se declaran de centro, prefieren el modelo defensor.

el de otros países: 31,6% en Italia, frente al 19,5% de Alemania, el 12,7% de Gran Bretaña, el 10% en los Estados Unidos, el 9,5% en Suecia. De este modo se confirmarían los datos expuestos para el debate y la reflexión acerca del partisanismo de los medios italianos, que se han señalado al inicio de este artículo.

Tabla nº 2. Identificación de los entrevistados: modelo abogado frente a modelo neutral

	Modelo abogado	Indecisos	Modelo neutral
Italia	31,6	19,4	48,5
Alemania	19,5	22,4	58,1
Suecia	9,5	10,8	79,4
Reino Unido	12,7	9,7	78,6
Estados Unidos	10	6,8	83,2

Por muchos motivos, este es el mayor valor cognoscitivo de los estudios comparativos: poner de manifiesto resultados que de otro modo no pueden presentarse con la misma evidencia si se analizan con referencia a un único universo de investigación. La comparación da vida y sentido a elementos que de otro modo quedarían escondidos. Ya en otras ocasiones se ha puesto en evidencia, también en relación con el sistema de los medios de la comunicación, la utilidad de las comparaciones entre los distintos países⁴⁰: todo lo que se ha expuesto hasta el momento parece confirmar esa utilidad.

El problema metodológico, expuesto de este modo, puede sugerir una conclusión todavía más radical: ¿cuál es el valor cognoscitivo de las investigaciones efectuadas sobre un único universo si después sus resultados asumen un valor diferente al ser confrontados con aquellos que aparecen, a propósito del mismo objeto, desde universos distintos? ¿Se debe seguir intentando llevar a cabo estudios solamente comparativos? ¿Vale esta última sugerencia para cualquier tipo de investigación sin que tengan especial importancia los

⁴⁰ Véase HALLIN, D., MANCINI, P., "Speaking of the President: Political structure and representational form in the US and Italian television news", *Theory and Society*, XIII, 1984, pp. 829-850; HALLIN, D., MANCINI, P., "The summit as media event: the Reagan - Gorbachev meetings on US, Italian and Soviet television", en BLUMLER, J., MCLEOD, J., ROSENGREN, K.E. (eds.), *Comparatively Speaking*, Sage, Newbury Park, 1992, pp. 121-140.

objetos analizados? Y, de otra parte, ¿la investigación comparativa no tiene el riesgo de llevar al límite algunos aspectos que quedan descontextualizados respecto a su evolución, a las causas que los han determinado, a las relaciones que se establecen con otras partes del universo analizado? ¿No corre la investigación comparativa el riesgo de caer en el tópico de esperas reconstituidas y de lugares comunes casi siempre superficiales que no logran dar cuenta de las evoluciones históricas y de los datos específicos de lo observado?

Las contradicciones entre los datos empíricos expuestos y las valoraciones e interpretaciones que circulan en el ambiente científico, y no sólo científico, sobre los periodistas italianos, sugiere otra reflexión que no es meramente metodológica. En primer lugar, es necesario considerar que todo lo que se ha dicho al inicio de estas páginas deriva de estudios y, sobre todo, de reflexiones sobre el proceso de elaboración de noticias. Con tales análisis se busca observar, interpretar y valorar la práctica periodística real y su resultado final: el contenido de los periódicos e informativos. Estas reflexiones no se dirigen a descubrir cómo valora el periodista su propio trabajo, cómo lo juzga; con qué modelo de referencia lo confronta. No se trata de una diferencia pequeña con respecto a los datos de las investigaciones empíricas que acabamos de señalar, los cuales derivan del análisis sobre los periodistas, y no sobre la dinámica de producción de noticias.

De todos modos, produciendo una información parcial, estrechamente relacionada con la política, los periodistas no se perciben de ese modo. Se consideran operadores de un modelo de periodismo distinto. ¿Qué explicación se puede dar sobre esta diferencia? Parece obvio pensar que esa explicación dependa de eso que se puede definir "imperialismo" del modelo "profesional" del periodismo, que ha nacido en Gran Bretaña y en los Estados Unidos⁴¹, y que se ha difundido después en muchos otros países. Se trata del modelo que Curran denomina liberal-burgués y explica así:

Primariamente, los medios se conciben como los canales verticales de comunicación entre los gobernantes y la ciudadanía: proporcionan información para el voto individual, e influyen en los gobernantes porque articulan la visión que sobre ellos tiene el público (...). La raíz dominante en el pensamiento liberal propugna la objetividad profesional, con su acento

⁴¹ Véase CHALABY, J., "Journalism as an Anglo American Invention", *European Journal of Communication*, XI, 1996, pp. 303-327.

en la imparcialidad desinteresada, la separación de hechos y opiniones, el reflejo equilibrado de distintos puntos de vista. Todo esto se ampara en el papel que el liberalismo contemporáneo ha atribuido a los medios como canales de información entre gobernantes y gobernados⁴².

Éste es el único modelo que se ha discutido en los libros y en la Universidad, que se ha recogido en los códigos de comportamiento y, de ese modo, en las reglas formales y de procedimiento. Desde los países en los que se ha formulado y aplicado (en el norte de Europa y en los Estados Unidos; no por casualidad se suele hablar de *modelo anglosajón*), se ha difundido este modelo de modo progresivo a otros contextos nacionales, también cuando estos últimos estaban organizados según sistemas sociales y políticos diferentes a aquellos en los que había nacido⁴³. El presente modelo ha ejercido (y todavía ejerce) una hegemonía indiscutible, hasta el punto de que no parece algo fuera de lugar hablar de un "lugar común" del modelo profesional. Se ha convertido en un "lugar común" referirse a los procedimientos y a las prescripciones por medio de las cuales el periodismo es por definición objetivo y neutral, es un *contra-poder* respecto a los otros poderes sociales, y debe informar y no tomar parte.

En la investigación no se ha tipificado ningún modelo alternativo a éste, ni se han establecido prescripciones diferentes aunque las referidas al modelo profesional o liberal-burgués, por varias razones, no son siempre aplicables a los contextos que se estudian.

Por lo tanto, se puede sostener que los periodistas italianos entrevistados se han referido a los parámetros tomados como propios del único modelo periodístico que ha recibido una tipificación suficiente en el mundo occidental, así como legitimación y difusión en los diversos contextos nacionales. Los entrevistados italianos han respondido siguiendo estos parámetros sobre todo porque, como se ha dicho, son estos los únicos parámetros periodísticos que se conocen. No existen otros que hayan recibido ninguna sistematización digna de este nombre, ni capaz de imponerlos a la atención de un público de profesionales suficientemente amplio. Siendo en Italia débil la identidad de la profesión periodística, y ya que se confunde a menudo con la posición política propia de cada periodista o de cada diario, faltan códigos

⁴² CURRAN, J., "Rethinking the media as a public sphere", op. cit., p. 32.

⁴³ Véase BLANCHARD, M. *Exporting the First Amendment*, Longman, Nueva York, 1986.

deontológicos fuertes, que sean aceptados unánimemente⁴⁴ y faltan definiciones precisas de los modelos periodísticos alternativos al modelo liberal-burgués. Suponiendo que las prescripciones del modelo liberal-burgués son las que acepta la mayoría y las más consolidadas, nuestros entrevistados no se han querido separar de la única norma que parece otorgarles una legitimación suficiente de su situación profesional.

La disfunción que ha aparecido, y que hemos discutido hasta el momento, no se debe imputar solamente a motivaciones conscientes o inconscientes, y a deseos de legitimación. En efecto, existe una distancia más o menos grande entre las prácticas para elaborar noticias y la autopercepción de los periodistas: en la actividad cotidiana las prescripciones del modelo neutral de periodismo ceden su lugar a una tradición de fuerte compromiso social del periodista, una actitud común a toda la redacción en la cual se pierden las referencias a un modelo ideal. Dejan paso también a los deseos consolidados de lectores y telespectadores, con quienes el periodista se mide—es bien consciente de que con ellos se debe medir—, y respecto a los cuales prevalece el prudente deseo de ver confirmadas las expectativas del público. En resumen, existe una cultura del hacer periodístico, difundida y consolidada, que prevalece sobre definiciones de principio y sobre los grandes puntos de referencia ideal.

Existe una explicación ulterior de la paradoja que ha aparecido entre las interpretaciones habituales del periodismo italiano y de la autopercepción de los profesionales. El periodismo italiano no puede explicarse solamente desde el punto de vista de la pareja conceptual militancia/neutralidad, que parece ser uno de los modelos principales de interpretación del periodismo⁴⁵. Los profesionales italianos de la información son difusores neutrales, o por lo menos se declaran tales, pero al mismo tiempo son intérpretes y en consecuencia, aunque no lo digan, acaban con la apariencia de políticos autónomos: con el trabajo de diseminación de la información y de su interpretación,

⁴⁴ Solamente en los últimos años, algunos periódicos se han dotado de códigos deontológicos mientras que la *Ordine dei Giornalisti* (la organización que permite y regula el ejercicio de la profesión) y la *Federazione della Stampa* (el sindicato de los periodistas) han desarrollado un código de comportamiento que, sin embargo, todavía debe encontrar una aplicación real y compartida. Con anterioridad, la *Orden de los Periodistas* había intervenido en las cuestiones deontológicas solamente a consecuencia de infracciones evidentes que, de modo casi exclusivo, eran de carácter legal.

⁴⁵ Véase MARTIN, J., "Government and the News Media", en NIMMO, D., SANDERS, K. (eds.), *Handbook of Political Communication*, Sage, Londres, 1981, pp. 445-467.

los periodistas se colocan autónomamente dentro de la esfera política, y no por sostener un punto de vista particular, sino en la medida en que actúan como intérpretes frente al resto de los poderes. De este modo, al menos en parte, se podría explicar ese difundido lugar común que ve al periodismo italiano tan cerca del mundo político.

Todo lo que se ha dicho hasta el momento parece confirmar un dato más general: la complejidad, la articulación del trabajo periodístico, no permite interpretaciones unívocas. Coexisten explicaciones diversas y se solapan diferentes modelos profesionales, más o menos explicitados, más o menos puestos en práctica. Los periodistas italianos no sólo rechazan la primacía neta de ningún modelo de referencia, sino que después, en la práctica cotidiana, pierden también esas débiles referencias, y se confunden, se solapan. Lo que muestran los resultados italianos que hemos visto y discutido es que falta un modelo que recoja de un modo fuerte y claro el consenso de los entrevistados. En efecto, los periodistas italianos oscilan entre un modelo neutral/informativo y el modelo defensor, entre la pasividad y la toma de posición. Como hemos tratado de explicar, estas lecturas diversas dependen en gran parte del punto de observación en el que se coloca el investigador.

En la práctica cotidiana y, como ocurre en el caso italiano, faltando una identidad profesional fuerte del periodista y de sus estatutos profesionales, que tienden a menudo a solaparse con la praxis y con las reglas de la política, los modelos de referencia se hacen irreales, encuentran aplicaciones puramente teóricas y casi nunca realmente operativas. El modelo liberal de periodismo se presenta como un modelo ideal de referencia. En una sociedad con altos niveles de participación política, con fuerte presencia de los partidos políticos, con una historia secular de periodismo partidista, esta realidad choca con la práctica real del periodismo que por el contrario se orienta, como hemos dicho antes, hacia lo que Curran llama modelo "radical democrático", en el cual los diversos planteamientos ideológicos sobre la realidad social, vinculados a los diferentes medios de comunicación social, luchan abiertamente en la esfera pública. En esta contradicción entre modelos profesionales de referencia teórica y modelos prácticos, el periodismo no parece mostrar una clara y definida identidad.

Copyright of *Comunicacion y Sociedad* is the property of Servicio de Publicaciones de la Universidad de Navarra, S.A. and its content may not be copied or emailed to multiple sites or posted to a listserv without the copyright holder's express written permission. However, users may print, download, or email articles for individual use.