

JOSÉ LUIS M. ALBERTOS  
**METODOLOGÍA PARA EL  
CONOCIMIENTO CIENTÍFICO DE  
LA PERIODÍSTICA**

I

**A**unque la afirmación puede parecer deliberadamente provocativa, lo primero que hay que decir es que ese fenómeno social llamado Periodismo resulta normalmente mal conocido por la mayor parte de sus usuarios españoles, incluyendo, por supuesto, a los intelectuales universitarios y a los políticos pragmáticos. El entendimiento habitual del Periodismo por parte de las minorías sociales oscila entre dos concepciones, ambas inadecuadas para aproximarse seriamente a este asunto: el enfoque literario o la interpretación didáctica. El Periodismo puede tener algo de Literatura y suele arrastrar más de un discurso con finalidad pedagógica y educativa. Pero el Periodismo, desde el punto de vista del conocimiento teórico que tenemos hoy en el mundo occidental, es algo muy diferente de la poesía y algo claramente opuesto a cualquier preocupación didáctica. Siguiendo a Bunge, podemos decir que, como asunto propio del conocimiento científico, el Periodismo tiene poco que ver con la Poética y debe evitar al máximo cualquier posible contaminación con la Retórica didáctica. Cosa distinta, sin embargo, es lo que realmente se descubre en la España de hoy si estudiamos el

panorama desde la perspectiva de los "problemas de acción"; es decir: desde el enfoque del uso que los españoles —intelectuales, políticos y pueblo llano— hacemos de este fenómeno social llamado comunicación periodística.

Esta tensión entre el didactismo y la literatura no es un rasgo exclusivo de los españoles. Se encuentra en el genio de la cultura europea, especialmente en sus manifestaciones latinas. Se trata de un tic intelectual que los franceses han contagiado a sus vecinos tomando como pretexto histórico la Revolución burguesa de 1789. Es más: de acuerdo con nada sospechosos autores franceses (Francis Balle y Claude-Jean Bertrand, entre otros), el error galo en el planteamiento práctico del Periodismo ha dado origen a su vez a una delimitación conceptual del fenómeno que no resulta hoy la más adecuada para su encuadramiento teórico dentro de las Ciencias Sociales. Este error de enfoque ha sido denunciado en Italia por F. Fattorello, en Bélgica por R. Clausse y en España por Juan Beneyto. En lo que afecta concretamente a nuestro país, hay que registrar con optimismo la tarea de deslinde científico que en este campo de las Ciencias Sociales están realizando las todavía bisoñas facultades de Ciencias de la Información mediante tesis, trabajos de investigación e incluso manuales y brevarios universitarios para uso de los estudiantes.

Para que resulte más evidente la anterior afirmación sobre el incorrecto entendimiento práctico y teórico de los intelectuales europeos sobre los fenómenos de comunicación periodística, ejemplificaré en dos casos los extremos de esta oscilación pendular que se puede detectar entre las élites sociales del Viejo Continente. Francisco Ayala —sociólogo, novelista y académico de la Lengua española—, personifica perfectamente esa valoración decimonónica que tiende a ver el Periodismo como una simple prolongación del ensayo literario. Por otra parte está la Iglesia católica. Bien por medio de conspicuos redactores individuales —Pío XII y Pablo VI—, bien por medio de anónimos redactores colectivos —decretos del Concilio Vaticano II—, esta institución está dando continuas muestras de un didactismo bienintencionado, compartido por otros líderes sociales, en virtud del cual se pretende que los medios de comunicación de masas persigan unos fines declaradamente educativos y pedagógicos.

En su discurso de recepción en la Real Academia Española (25 noviembre, 1984), Francisco Ayala disertó acerca de "La Retórica del Periodismo". En este texto Ayala intenta explicar una teoría

particular de la retórica del Periodismo sobre la base conceptual de un periodismo entendido al modo tercermundista y con el apoyo argumental de un repertorio de *exempla vitanda* que él pretende elevar a la categoría de normas generales de comportamiento profesional. Para este escritor y sociólogo, el periodismo de nuestros días es la continuación del púlpito y de la tribuna parlamentaria, y se caracteriza por una finalidad pragmática en su intención de influir sobre la opinión pública, produciendo como resultado la desaparición del “discurso racional para dar lugar a un régimen de manipulación propagandística”. Esta visión del periodismo como un subproducto literario del ensayo enciclopedista o como una modalidad actualizada de la oratoria de clérigos y políticos, tuvo efectivamente su momento histórico de vigencia real, pero actualmente este enfoque está superado, tanto en la práctica profesional como en el enfoque teórico de los investigadores. El hecho indudable de que existan vicios y malos hábitos sólo sirve para reconocer la presencia de manifestaciones patológicas en esta actividad profesional, cuyo origen se encuentra en la ignorancia o en la mala voluntad de los comunicadores. Sin embargo, Francisco Ayala construye toda su teoría sobre el Periodismo tomando como punto de partida estas manifestaciones patológicas: Hay que afirmar aquí que en nuestros tiempos, a pesar de Ayala y de otros aristocráticos compañeros de viaje, el Periodismo no es un subproducto literario afín al ensayo y la oratoria, algo propio de los nuevos políticos y de los nuevos predicadores.

El didactismo es uno de los principios inspiradores de la doctrina social de la Iglesia católica sobre los medios de comunicación de masas. Desde Pío XII hasta nuestros días se puede encontrar gran cantidad de textos que demuestran inequívocamente que el interés de la Iglesia sobre estas nuevas técnicas surge precisamente de la consideración de las posibilidades educativas que tienen estos medios en cuanto instrumentos didácticos.

Este didactismo está presente también en la filosofía marxista. Basta leer a Hans Margnus Enzensberger para percibir la fascinación y el complejo de inferioridad de los dirigentes comunistas ante los medios de comunicación de masas, a causa de su incapacidad psicológica para entender correctamente en qué consiste la información. La evidencia contemporánea nos pone de relieve que destacados líderes sociales de nuestros días —católicos y marxistas, por ejemplo— están predeterminados intelectualmente para valorar el Periodismo casi exclusivamente por su dimensión utilitaria al

## II

El conocimiento científico que hoy se tiene del Periodismo en el mundo occidental nos permite definirlo como aquella modalidad de la comunicación de masas que tiene como fin específico la difusión no intencional de hechos y el comentario subjetivo, pero honesto, de los acontecimientos socialmente relevantes.

No puedo extenderme en el análisis de los diferentes elementos que integran este intento de definición. Pero sí hay que señalar que el correcto entendimiento teórico del Periodismo se apoya en dos pivotes: 1) el mensaje particular de este fenómeno de comunicación de masas; 2) una obligada disposición psicológica de honestidad intelectual en el comunicador público.

En realidad ambos aspectos están íntimamente relacionados: para que aparezca el particular mensaje específico de la comunicación periodística —*la noticia*—, es preciso que el emisor haya actuado dentro de unas determinadas coordenadas psicológicas —el obligatorio marco de la *honestidad intelectual*.

Hay que apuntar también que el mensaje periodístico se puede plasmar formalmente en dos modalidades estilísticas: los *stories* (relatos de hechos) y los *comments* (exposición argumentada de juicios de valor o comentarios). Lo cual a su vez supone que la honestidad intelectual necesaria para la producción de la noticia ofrece dos variantes: la honestidad intelectual en el relato y la honestidad intelectual en el comentario. La primera honestidad es lo que hoy se entiende como *no intencionalidad*. Y la segunda honestidad —la honestidad en el comentario— ha de responder a las características del *fair comment*; es decir: honestidad en el proceso mental que va desde los datos a las conclusiones. Pero tanto la honestidad en el relato (la *no intencionalidad*) como la honestidad en el comentario (el *comentario limpio*) tienen la misma finalidad: conseguir el máximo respeto a la libertad de respuesta racional a la que tienen derecho los receptores de los mensajes periodísticos.

No revelo ningún secreto si digo que este enfoque aquí diseñado tiene unos anclajes muy claramente amarrados a la mentalidad anglosajona, tanto desde la consideración de la práctica profesional como desde la valoración de los apoyos teóricos.

Brevemente y de forma esquemática diré lo siguiente:

El concepto científico que hoy predomina en nuestro mundo oc-

cidental nace, por un lado, de la implantación generalizada de los modos profesionales propios de los periodistas anglosajones y, por otra parte, de la observación y análisis de esta realidad iniciada por la sociología norteamericana. Nuestro actual concepto profesional del Periodismo conecta históricamente con el modelo anglosajón de "periodismo de poste telegráfico" (frente al modelo francés de "periodismo de púlpito"). Y desde el punto de vista de su fundamentación científica, este Periodismo es un asunto social ampliamente estudiado por los investigadores de la sociología norteamericana de las comunicaciones de masas. Como explicó en su día Robert K. Merton, esta corriente tiene un carácter marcadamente empírico que contrasta claramente con las corrientes europeas de la sociología del conocimiento, de carácter especulativo y filosófico.

De acuerdo con este enfoque, el texto periodístico es un mensaje peculiar con unos fines muy determinados: el relato de los hechos y el comentario valorativo de estos hechos. Este mensaje —en su doble dimensión de *relato* o de *comentario*— es lo que se llama noticia y es la piedra angular del Periodismo. La noticia, por tanto, no tiene mucho que ver ni con la Literatura ni con las técnicas didácticas. Frente al efecto poético del mensaje literario —entendido por U. Eco como "la capacidad que tiene el texto de generar lecturas siempre distintas, sin agotarse jamás del todo"—, la noticia debe codificarse como texto de una sola lectura. Frente a la ambigüedad del texto literario, el texto periodístico busca obsesivamente la máxima univocidad. Y frente a la intencionalidad benemérita de las técnicas informativas de finalidad didáctica, la noticia surge psicológicamente con el deseo de alcanzar la mayor cota de no intencionalidad humanamente posible.

### III

Una vez expuesta esta teoría sobre el Periodismo, habrá que hacer unas consideraciones finales sobre su particular discurso del método. Si pretendemos que nuestro saber periodístico sea realmente un conocimiento científico, deberemos utilizar un método crítico que nos permita llegar a conclusiones válidas.

Es lícita la actitud de quienes analizan un mensaje periodístico para descubrir efectos poéticos, posibilidades educativas, apoyos estratégicos para el adoctrinamiento ideológico, documentación para el historiador o material esclarecedor para el análisis sociológico... Obviamente, estos investigadores tendrán que aplicar en sus estu-

dios los métodos particulares de cada una de sus disciplinas: la Poética, la Retórica, la Didáctica, la Historia, la Sociología, la Política, etc. Pero el conocimiento científico del Periodismo supone que, además de todos estos posibles enfoques metodológicos, existe previamente una metodología específica para el análisis crítico de la noticia en su estricta dimensión de mensaje periodístico.

Nada más lejos de mi ánimo que propugnar un compartimiento estanco para el saber periodístico, aislado y ajeno a los demás saberes. Afirmo, por el contrario, que en este saber confluyen varias disciplinas de enorme tradición cultural. Simplemente pretendo que quienes se acerquen a la noticia desde parcelas extrañas al Periodismo, tengan la máxima delicadeza de indagar previamente cuáles son las reglas del juego para la investigación en este reducto de las Ciencias Sociales.

Las reglas del juego particulares para el análisis del mensaje periodístico se remiten, fundamentalmente, a los dos campos sobre los que descansa el concepto mismo de Periodismo: a) la noticia y sus fines sociales; b) la exigencia de una honestidad intelectual en el emisor de mensajes.

a) La investigación sobre la noticia significa, en último extremo, la indagación acerca de si en el texto concreto han sido respetadas las reglas *estilísticas* del trabajo periodístico. Esto nos lleva a una teoría ya suficientemente contrastada de los *géneros periodísticos para la información y el comentario*. Es decir: lo primero que importa de un texto periodístico es su mayor o menor adecuación a unas normas de comportamiento lingüístico que vienen avaladas por la experiencia colectiva de más de cien años. Y esto es especialmente importante porque esta adecuación indica el grado de pericia técnica del equipo colectivo productor de mensajes periodísticos —relatos y comentarios.

b) Pero una vez hecha la anterior indagación sobre la pericia profesional, es preciso investigar seguidamente acerca de la honestidad intelectual presente en el mensaje. No se trata, por supuesto, de hacer un escurridizo juicio de intenciones ni de caer en un casuismo moral para uso de directores espirituales. Esta segunda indagación parte del supuesto de que la noticia es un producto de consumo intelectual en nuestras sociedades y que, como tal producto de consumo masivo, exige unas determinadas garantías en su elaboración. El control de calidad en el mensaje periodístico intenta la medición del grado de honestidad en el relato y de honestidad en el comentario, según los casos. Y hay ya en funcionamiento técnicas

de análisis sociológico que permiten entender si la producción del mensaje periodístico ha sido realizada con las mínimas garantías de calidad hoy exigibles. Quiero aquí dejar indicadas las dos normas más elementales para el control objetivo del grado de honestidad, válidas tanto para el relato como para el comentario: 1) sólo se puede editorializar sobre aquello de lo que previamente se haya dado suficiente información no intencional; 2) el comentario debe presentarse siempre de tal manera que aparezca claramente deslindado de los espacios dedicados a los relatos.

Estas son algunas de las normas básicas utilizadas en las técnicas de investigación de la comunicación periodística. Unas técnicas que en ocasiones conectan directamente con el método científico propio de los saberes humanísticos, pero que otras veces se inspiran en la metodología particular de las ciencias sociales. Lo cual nos lleva a la afirmación última de que el saber periodístico es un conocimiento científico interdisciplinario que actúa de puente entre diferentes saberes humanos, algunos de ellos de gran abolengo en la historia de la Cultura. Pero al mismo tiempo la existencia de este saber periodístico nos permite reclamar un marco científico propio, con sus objetivos particulares y sus propios métodos para la investigación crítica.

### Referencias bibliográficas

- Francis Balle, *Médias et Société*, París: Ed. Montchrestien, 1980
- Juan Beneyto, *El saber periodístico*, Madrid: Editora Nacional, 1974
- Ángel Benito, *Teoría general de la información: I. Introducción*, Madrid: Ed. guadiana, 1973
- Mario Bunge, *La investigación científica*, Barcelona: Ed. Ariel, 1983 (2ª ed.), pág. 192.
- Roger Clausse, *Le journal et l'actualité*, Verviers: Ed. Marabout, 1967
- Hans magnus Enzensberger, *Elementos para una teoría de los medios de comunicación*, Barcelona: Ed. Anagrama, 1972
- Francesco Fattorello, *Introduzione alla tecnica sociale del l'informazione*, Roma: Instituto Italiano di Publicismo, 1964
- Pertti Hemanus, "Objectivity in News Transmission", en *Journal of Communication*, EE.UU., otoño 1976
- Jacques Kayser, *El diario francés*, Barcelona: Ed. ATE, 1974
- José Luis Martínez Albertos, *Curso general de Redacción Periodística*, Barcelona: Ed. Mitre, 1983; *La noticia y los comunicadores públicos*, Madrid: Ed. Pirámide, 1978; *El lenguaje periodístico*, Madrid: Ed. Paraninfo, 1989
- Robert K. Merton, *Social Theory and Social Structures*, Illinois: The Free Press of Glencoe, 1957
- Gaye Tuchman, "Objectivity as strategic ritual" en *American Journal of Sociology*, Vol. 77:4 (enero 1972) y *La producción de la noticia*; Barcelona: Ed. Gili, 1983
- Bruce H. Westley y Malcolm S. Mclean (Jr.), "A Conceptual Model for Communications Research", en *Journalism Quarterly*, USA, Vol. 34 (Invierno, 1957)