

Cultura y modelos profesionales del periodismo

POR MARÍA LUISA HUMANES

El artículo se centra en el análisis de los procesos de construcción de los modelos profesionales que desde finales del siglo XIX han desarrollado los periodistas. Para ello, en primer lugar se hace un repaso por las distintas culturas periodísticas, para abordar luego el problema de la investigación de las ideologías profesionales de los periodistas y terminar planteando una revisión teórico-metodológica de los estudios efectuados que supere los límites actuales

Introducción

Es ya un lugar común hablar de cambios en la cultura periodística para hacer referencia a las distintas formas que adopta la acción de los medios en la vida social. Este fenómeno no se reduce únicamente al trabajo de los periodistas, pero no es menos cierto que sus modos de representar la realidad a través de las noticias es un componente esencial de dicha acción. Todo grupo ocupacional desarrolla en su camino hacia el profesionalismo ciertas ideologías o sistemas de creencias que dan sentido a su trabajo y les justifican dentro del propio grupo y frente a las personas ajenas a él (Elliott, 1974). Estas ideologías profesionales no tienen por qué ser únicas para un colectivo, sino que nos podemos encontrar con identidades alternativas. El que podamos referirnos a ideologías profesionales implica varios supuestos:

1. que el periodismo ha alcanzado un nivel de profesionalización suficiente como para que sus miembros tengan conciencia de compartir una cultura ocupacional,
2. que el periodismo se ha convertido en un campo de acción autónomo con sus propias reglas,
3. que compite con otras instancias para ganar influencia social y que para ello necesita legitimarse a través de prácticas que se transforman en modelos de referencia y prácticas de



trabajo.

En el periodismo el proceso de construcción de una(s) cultura(s) profesional(es) se inició a finales del siglo XIX cuando se consolidaron todas las características de la prensa moderna y los periodistas ¿sobre todo en los Estados Unidos? se preocuparon por reflexionar sobre la naturaleza y funciones de su quehacer (Ortega y Humanes, 2000). Pero las trayectorias recorridas en cada país no han sido homogéneas. En el primer apartado del artículo haremos un repaso por la evolución de los distintos modelos; en el segundo nos detendremos en cómo se ha abordado su análisis desde la investigación en comunicación.

Nacimiento y consolidación de las funciones del periodismo

En el ámbito anglosajón (01) debemos destacar durante la primera mitad del siglo XX la existencia de dos tipos de periodismo contrapuestos (objetivo frente a participante), pero con gran influencia posterior como veremos más adelante. En primer lugar, hacia 1890 apareció la figura del periodista *muckraker* (escarbador de basura). El movimiento, encabezado por Lincoln Steffens, se caracterizaba por un espíritu reformista y de denuncia de los abusos del poder que les impulsaba hacia una postura activa frente a la realidad. La prensa asume en este modelo las funciones de crítica y control que serán recuperadas a partir de la década de los 70 y que enlaza con la tendencia antipolítica del periodismo agresivo posterior (Patterson, 1994). No obstante, apenas dos décadas después y tras la experiencia informativa de la Gran Guerra se instaló entre los redactores norteamericanos la concepción del periodismo objetivo, con una función: informar de lo que sucede sin interpretar ni indicar al lector qué debe pensar. Influidos por las ciencias sociales (en concreto por las obras de Walter Lippmann) los periodistas se consideran *gatekeepers* que seleccionan los acontecimientos más importantes y los difunden al público (Janowitz, 1975). La objetividad se convirtió desde entonces en un mito que ha legitimado el estatus del periodismo en la sociedad moderna, aunque plantee grandes interrogantes tanto para la práctica del periodismo como para el investigador. Por las mismas fechas, el periodismo europeo continental seguía siendo de opinión y escasamente profesionalizado. De hecho, sólo a partir de la Segunda Guerra Mundial el periodismo objetivo se convirtió en un modelo de referencia.

En España estas tendencias también se desarrollaron, mas no sin un considerable retraso y condicionadas por la propia situación del periodismo hispano. A partir de 1900 se consolida la prensa de negocio y ello va acompañado de la aparición de un nuevo empresario y de un nuevo periodista, lo que desemboca en una preocupación por su influencia en la opinión pública. En los años 20 y 30 las publicaciones más poderosas contaban con una media de unos 25 a 30 redactores fijos, especializados en secciones. A estos nuevos periodistas se les conocía en la época como *reporters*, tomando como modelo al reportero de calle que se había consolidado a finales del XIX como una pieza clave del periodismo moderno. El reportero era el profesional propio del periodismo, que se dedicaba a la recopilación de información y a la transmisión de los hechos sin otro objetivo que hacerlos llegar a su público. Éste es el ideal de la objetividad que se difunde desde los Estados Unidos hasta el Viejo Continente, pero que en España no se llevará hasta sus últimas consecuencias. La influencia del periodismo político es todavía muy fuerte y ello se deja notar en una concepción del rol del periodista en la que aún

perdura la idea de que la prensa tiene como fin actuar sobre la opinión pública como instrumento de algún poder externo. A pesar de ello, no eran desconocidas en nuestro país las tendencias del otro lado del Atlántico, como demuestra el artículo de González Ruano aparecido en *El Heraldo de Madrid*: «En América ¿en Norteamérica, claro es? surgió la idea de llevar al Periodismo la caza del momento, jadeante aún la fiera actual que había de palpitar en la máquina de imprenta». A nivel teórico, encontramos bastantes ejemplos del grado de asimilación de las nuevas tendencias en la elaboración de contenidos periodísticos. Rafael Mainar, Basilio Álvarez y Terrén Palacín, entre otros, abogan abiertamente por la implantación de la prensa informativa y sus formatos.

Podemos afirmar que en la segunda mitad del siglo pasado se habían ya establecido dos grandes ideologías profesionales: por un lado, la visión de un informador objetivo y pasivo ante el acontecer; por otro, un periodista activo y participativo socialmente. La historia de los roles y actitudes se ha movido entre estos dos polos desde entonces, enfatizándose uno u otro según las circunstancias. Así, en los años 60 fueron los propios periodistas norteamericanos los que pusieron en duda la eficacia del periodismo objetivo. La presentación neutral de los hechos se considerará insuficiente en una sociedad llena de conflictos sociales frente a los que hay que tomar partido. Se pretendía reemplazar la objetividad, basada en un supuesto método científico, por la crítica y la interpretación. El rol del periodista es asegurar que todos los grupos sociales y sus ideologías aparezcan reflejados en los medios de comunicación. El informador-intérprete (*advocate*) de la realidad debe mostrar los desequilibrios. Para Morris Janowitz la confidencialidad es el factor que distingue la concepción profesional del periodista comprometido frente al *gatekeeper*. La aparición del periodista comprometido no puede entenderse sin tener en cuenta las movilizaciones estudiantiles de los años sesenta. Ello indica que este nuevo modelo profesional surgió entre aquellos integrantes de la clase periodística que habían recibido estudios superiores y que eran políticamente activos. Pero sobre todo, el acontecimiento que inclinaría la balanza hacia el periodismo interpretativo y de investigación sería el escándalo *Watergate*, que legitimó las prácticas periodísticas tendentes al descubrimiento de los más altos secretos de Estado. Patterson indica que al éxito del periodismo interpretativo le ha seguido una tendencia a la agresividad, ya que estos dos hechos favorecieron la aparición de una cultura antagónica entre los periodistas, que en los años 80 ha transformado al informador en protagonista: poner constantemente en duda los motivos, los métodos y la eficacia de las acciones políticas se ajusta al papel de *watchdog* (vigilante) de la prensa (Patterson, 1994). Las dos consecuencias más inmediatas han sido, por una parte, la implicación política del periodista y por otra, una degradación de la ética profesional al mezclarse cada vez más el descubrimiento de los abusos de poder con la revelación de las vidas privadas de los políticos (Thompson, 2001).

Como reacción ante el desprestigio del papel de los medios en la esfera pública, en las dos últimas décadas ha surgido también en los Estados Unidos un movimiento de renovación en la profesión periodística que se conoce con el nombre de *Public Journalism* o periodismo cívico. Sus defensores sitúan al periodista como garante de la discusión racional sobre los asuntos de la comunidad y de la participación de los ciudadanos en la misma. En palabras de dos de sus más importantes defensores «el periodismo cívico, más que asumir que existe una viva cultura cívica ¿o simplemente lamentar su ausencia? toma la responsabilidad de ayudar a apoyarla y crearla» (Rosen y Merritt, 1994). Este modelo nos propone, por lo tanto, un periodista activo o participante en el sentido que se le daba al término en los años 60 y 70: renunciar al papel de

meros observadores de la realidad. Pero a la vez resalta la necesidad de mantener la imparcialidad («La esencia de su profesión es observar e informar y estas tareas requieren un grado de imparcialidad»; Rosen y Merritt, 1994) con lo que nos encontraríamos con un periodista participante y objetivo. Otro de los rasgos que definen al periodista cívico es su capacidad no sólo para ajustarse a los intereses del público, sino para incentivar su intervención en la vida pública.

Mientras en los países europeos se asumía la objetividad como ideología profesional dominante, en España a partir de 1938 se abre un periodo de estancamiento en el proceso de profesionalización de los periodistas españoles causado por la dependencia respecto al poder político de la Dictadura. La Ley de Prensa de entonces definía las funciones del periodismo claramente: «transmitir al Estado las voces de la Nación y comunicar a ésta las órdenes y directrices del Estado y de su Gobierno; siendo la Prensa órgano decisivo en la formación de la cultura popular y, sobre todo, en la creación de la conciencia colectiva». En este marco, la construcción de modelos profesionales se hace imposible. Sólo con la instauración de la libertad de expresión, los periodistas y los medios pudieron plantearse cumplir diferentes funciones, entre las que destaca durante la Transición la actuación en el terreno político. Lo primero que hay que señalar es el cambio en las relaciones con el poder, de la subordinación a la complicidad. Durante la Transición los medios y la nueva clase política entraron en una fase de cooperación, consecuencia de la evolución paralela que siguieron ambos grupos después de la Dictadura. La prensa para restablecer la imagen de mediocridad en la que estaba sumida y los políticos para legitimarse en el sistema democrático (Morán, 1991). De este modo, las relaciones entre periodistas y políticos se convirtieron en relaciones personales (Santos, 1995). La debilidad de las elites políticas convirtió a los periodistas en una pieza clave en la recién nacida democracia. A partir de la segunda mitad de los ochenta, los medios siguieron ejerciendo esta función política, pero se distanciaron del poder para constituirse en un contrapoder, como ellos mismos se han denominado.

En nuestro país la investigación sobre las actitudes profesionales no se ha prodigado demasiado y desde la práctica profesional tampoco se ha reflexionado sobre esta cuestión. En algunos trabajos se pueden encontrar referencias a ellos de manera indirecta. La encuesta encargada por la Asociación de la Prensa de Madrid en 1990 (*Periodistas*) contenía algunas variables relacionadas con los roles profesionales, así como en el estudio sobre la elite periodística (Diezhandino, Bezunarte y Coca, 1995); en la encuesta sobre periodismo y sociedad actual de 1995 se incluían dos cuestiones sobre las afirmaciones que mejor definen el trabajo de los periodistas y las funciones de los medios (Ortega y Humanes, 2000), y por último en la realizada para el CIS en 1999 (García Cortázar y García de León, 2001) se preguntaba sobre la relevancia de las funciones de informar, influir, entretener e instruir. En los dos primeros trabajos las tareas más destacadas para los periodistas eran informar e influir. Un lustro más tarde el cometido de entretener había desplazado a la información como objetivo principal.

El único acercamiento directo al análisis de las actitudes profesionales ?empleando unas variables semejantes a las de Weaver y Wilhoit? lo encontramos en la encuesta de 1997 en la que se pedía la valoración de seis roles: «dar información a otros, hacer públicos los problemas públicos, ser el primero en saber lo que pasa, influir en el público, promocionar determinados valores e ideas y expresarme a mí mismo» (Canel, Rodríguez y Sánchez-Aranda, 1999).

Aplicando un análisis factorial resultaron cuatro formas de entender la función del periodista: el difusor, analista, defensor de una causa, adversario del poder y entretenimiento, en este orden de importancia. No obstante, las conclusiones de otras investigaciones revelan la transición hacia un periodismo menos informativo y más trivial y sensacionalista (lo que se conoce como *infotainment*), pero que no sólo no ha perdido su capacidad de ejercer influencia, sino que la ha aumentado asumiendo nuevas definiciones de su trabajo: de periodista a comunicador, de informador a entretenedor y de intermediario a mediador (Gómez Mompert, 1999). Así, el estudio sobre los periodistas catalanes que encargó el Colegio de Periodistas de Cataluña en 2000 (02) utilizó una escala con ocho funciones de los medios para evaluar la importancia otorgada a cada una de ellas. Los resultados muestran que la primera en importancia es entretener, seguida de informar, formar opinión, defender la libertad de expresión, establecer la agenda, ser una plataforma de defensa de todas las ideas, vigilar a los gobernantes y vigilar a los políticos. Obviamente, estas tendencias no pueden explicarse sin tener presentes los cambios producidos en la estructura del sistema comunicativo español durante la última década.

La investigación sobre los roles y las actitudes profesionales

Las imágenes proyectadas por los periodistas sobre sus ideologías profesionales han tenido su paralelo en las tipologías sobre modelos profesionales elaboradas desde la investigación. Las primeras reflexiones sobre los modelos profesionales se plantean a finales de los años sesenta (03). Desde la perspectiva del *newsmaking* se estudió por primera vez la ideología que se plasma en las prácticas profesionales que serviría para legitimar la labor periodística frente a otros poderes y frente al público.

Cohen (1963) inicia la secuencia de investigaciones sobre las actitudes y roles profesionales presentándonos a un periodista neutral frente a otro participante. El informador neutral es un espectador del acontecer que transmite lo que observa fielmente, mientras que el periodista participante juega un papel activo en la vigilancia del sistema social (Johnstone, Slawski y Bowman, 1976). Por las mismas fechas Walter Gieber expone en un ensayo teórico titulado *I am the news* una clasificación formada por cuatro tipos de periodistas: el *projective* (el intelectual y el natural), el *introjective* (el creativo y el poderoso), el encubierto (el perplejo y el cínico) y el pasivo (el fracasado y el súper ético) (citado en Grey, 1967).

Pero sin duda el estudio que más influencia ha tenido en las investigaciones posteriores ha sido el de Johnstone, Slawski y Bowman de 1972. En él los autores norteamericanos elaboran un primer grupo de variables para medir actitudes y roles, compuesto por estos ocho items: (1) investigar las afirmaciones y declaraciones del gobierno, (2) analizar e interpretar los problemas complejos, (3) ofrecer información al público lo más rápidamente posible, (4) discutir sobre la política pública mientras se está elaborando, (5) mantenerse alejado de las noticias en las que el contenido no se pueda verificar, (6) concentrarse en las noticias que son de interés para la audiencia más amplia, (7) desarrollar el interés intelectual y cultural del público y (8) ofrecer entretenimiento y relax. Su objetivo es medir la importancia dada por los periodistas a cada una de las funciones y, tras realizar un análisis factorial, encontrar qué modelos profesionales construyen los encuestados y cuáles de las categorías anteriores se asocian a cada modelo.

Así, resultan tres conglomerados o factores. El primero compuesto por las variables 1, 2 y 4, que se corresponde con el periodista participante. El segundo (3, 5, 6 y 8) coincide con la versión contemporánea del periodista objetivo. Por último, la función de ofrecer entretenimiento (7) formaba un tipo distinto y quedó fuera del análisis. Posteriormente se intentó averiguar qué determinantes explicaban la adhesión a uno de los dos modelos. La formación recibida en las facultades o escuelas aparecía como el condicionante más importante, seguido de la edad y la experiencia, el tipo de organización en la que se trabajaba, el nivel de responsabilidad en el medio, la integración profesional y el lugar de residencia (Johnstone, Slawski y Bowman, 1976). Ambos modelos se repiten con distinta denominación en las aportaciones de Tunstall (1974) *passive vs. active* y de Paul Weaver (1975) *liberal vs. partisan*. Por su parte, Janowitz (1975) distingue entre el *gatekeeper*, que enfatiza la búsqueda de la objetividad, y el *advocate*.

Los siguientes trabajos sobre roles profesionales en Estados Unidos han sido llevados a cabo por los estadounidenses David Weaver y G. Cleveland Wilhoit. La encuesta nacional que realizaron en 1982-83 se basaba en la previa de Janowitz, Slawski y Bowman, pero mejorada en algunos aspectos, puesto que la clasificación entre el periodista neutral y el participante no terminaba de ser exhaustiva, de modo que casi todos los periodistas podían pertenecer al mismo tiempo a una y a otra (04). La escala de items se reformó de la siguiente forma: (1) discutir sobre la política nacional, (2) investigar sobre los problemas complejos, (3) investigar las actuaciones de los políticos, (4) ofrecer información al público rápidamente, (5) descartar los hechos no verificables, (6) influir sobre la agenda pública, (7) ofrecer entretenimiento, (8) dar a los ciudadanos la posibilidad de expresarse, (9) desarrollar el interés cultural de la ciudadanía, (10) ser adversario de los políticos y (11) ser adversario de los poderes económicos. De nuevo se sometieron los resultados a un análisis factorial del cual se extrajeron tres modelos, el del periodista adversario, el intérprete y el difusor (Weaver y Wilhoit, 1991). En 1992 repitieron el cuestionario, que reveló el nacimiento de un nuevo rol entre los periodistas norteamericanos. El periodista intérprete es el tipo más presente, ya que el 62,9 por ciento de los entrevistados considera muy importante los items que lo componen (discutir sobre la política nacional, investigar sobre los problemas complejos e investigar las actuaciones de los políticos). A continuación (51,1 por ciento) nos encontramos con el periodista difusor, es decir, aquel que ofrece información rápidamente y elimina la que no es verificable. El periodista adversario se caracteriza por oponerse a los poderes políticos y económicos, pero sólo un 17,6 por ciento lo considera muy importante. Además de los tres anteriores, una minoría de los entrevistados (6,2 por ciento) constituye la categoría del movilizador-populista, caracterizado por incentivar los intereses intelectuales del público, ofrecer entretenimiento, establecer la agenda política y permitir a los ciudadanos expresar sus opiniones. Este nuevo periodista se correspondería con el denominado *Public Journalism* (Weaver y Wilhoit, 1996). Los autores han señalado que no sólo no podemos hablar de una única ideología profesional, sino que además unos y otros modelos se asocian dando como resultado que más de la mitad de los encuestados que se decantan por el rol de intérprete consideran muy importante el rol de difusor y viceversa. O que el 85,5 por ciento de quienes asumen el papel de adversario juzgan que la función de intérprete es igualmente esencial en su trabajo. El tipo populista-movilizador se asocia con el periodista intérprete (78,3 por ciento), con el periodista difusor (77,1 por ciento) (Weaver y Wilhoit, 1996).

La investigación en otros países sobre roles y actitudes profesionales se ha orientado básicamente sobre el marco teórico y la metodología empleados por estos autores. El esfuerzo

más destacado ha sido la obra publicada en 1998, *The Global Journalist*, en la que se recogen investigaciones sobre la profesión periodística en países de los cinco continentes.

Conclusiones: una revisión teórico-metodológica

Sin querer restar el valor que poseen, nos parece conveniente plantear a modo de epílogo algunas críticas con el fin de acercarnos a un modelo de análisis más completo y con mayor capacidad explicativa de los modelos profesionales.

Un primer problema que hemos detectado en la investigación llevada a cabo hasta el momento reside en el nivel de análisis seleccionado. En todos los casos se estudian las actitudes y roles profesionales tomando como objeto al periodista individual, de forma que los modelos (ideologías) resultantes parecen contradictorios y ambiguos al poder ser clasificado el mismo individuo en varios grupos. Es la conclusión a la que llegan Weaver y Wilhoit cuando afirman que «aunque la cultura mayoritaria entre los periodistas en 1992 fuera interpretativa, el descubrimiento más aplastante es que el periodista típico se considera pluralista en cuanto a su filosofía de las noticias. Esto también era cierto en 1982, pero aparece más pronunciado en 1992. Este capítulo dibuja una imagen tentativa de aquellos que se inclinan hacia varias funciones de los medios, pero la mayoría de los periodistas no pueden ser descritos simplemente como intérpretes, transmisores o adversarios» (Weaver y Wilhoit, 1996). Y por ello concluyen que existe un sistema de creencias contradictorio y una débil cultura periodística. En nuestra opinión la cuestión sobre qué modelos profesionales asumen los periodistas debe ser respondida adoptando otro punto de vista, que coincide con la distinción que Windahl y Rosengren (1978) establecieron entre la profesionalización individual (o socialización en las actitudes profesionales) y colectiva (tendente a lograr el tipo ideal de profesión). En el caso que nos ocupa la primera perspectiva nos sirve para analizar cómo cada periodista interioriza los roles y actitudes presentes, que pueden ser efectivamente diferentes y contradictorios; en el segundo se plantea qué modelos profesionales existen y cómo se han desarrollado.

Para abordar adecuadamente nuestro objeto desde este último enfoque creemos oportuno acudir al concepto de tipo ideal (05) . Como es sabido, una de las tareas de los científicos es elaborar modelos teóricos que ayuden a interpretar y comprender parcelas concretas de la realidad. Una de las herramientas conceptuales para conseguirlo son los tipos ideales que permiten tipificar actores y acciones sociales y compararlos con la realidad. En la investigación sobre ideologías profesionales se ha recurrido en escasas ocasiones a este concepto. Tenemos que remontarnos a un artículo de 1967 para encontrar una referencia explícita sobre su pertinencia como instrumento metodológico para superar los términos como el periodista ideal o el típico periodista (Grey, 1967). Sin embargo, creemos que su utilización resolvería al menos dos problemas.

1. La asunción de ideologías contradictorias no habría que entenderla como debilidad de la cultura profesional periodística, sino como la existencia de diversos y diferentes tipos (ideales) de modelos profesionales a disposición de los individuos que se dedican al periodismo. En este caso, la pregunta que se deriva es cuáles son las circunstancias que condicionan que un redactor decida enfrentarse a un asunto como intérprete, transmisor o adversario. Así, dejarían

de ser pertinentes las expresiones *periodista activo vs. pasivo o participante vs. neutral*. Las ideologías profesionales no son antagónicas sino complementarias y alternativas.

2. Esta perspectiva obliga a estudiar los roles y actitudes profesionales de manera más contextualizada y menos psicologista (Reese, 1999). Hasta el momento, como variables independientes se han considerado la organización para la que se trabaja, las características individuales (sobre todo la educación y la ideología política) y otros factores externos como la relación con las fuentes o los amigos; pero se han dejado fuera factores importantes como el contexto socio-político, la estructura de los sistemas mediáticos o la percepción de la audiencia. Las dos primeras son sumamente importantes si queremos realizar comparaciones entre países (a menudo se olvida que las categorías de Weaver y Wilhoit están elaboradas para la sociedad y el periodismo estadounidense) o entre etapas de desarrollo distintas.

Puesto que los tipos ideales se elaboran inductivamente, la tarea de construirlos puede emprenderse a partir de los datos empíricos que poseemos y de la literatura acumulada. No obstante, se hace necesaria una nueva revisión, esta vez de los aspectos metodológicos. En concreto nos referiremos a tres puntos débiles del esquema de análisis empleado. Hasta el momento la encuesta ha sido el único método empleado para abordar el estudio de las actitudes y roles. En concreto, la batería de items que deben ser evaluados se ha admitido como válida desde la publicación de las obras de Weaver y Wilhoit. Sin duda, la ventaja más importante reside en su utilización en diferentes estudios (el más destacado la obra ya citada *The Global Journalist*) de modo que los resultados pueden compararse. Sin embargo, podemos detectar algunos problemas relacionados con la falta de contextualización. Aunque cada vez las prácticas periodísticas sean más homogéneas, no debemos olvidar que la simple traducción literal de los roles en la construcción del cuestionario puede plantear distorsiones en la comprensión de los items, producto del desigual desarrollo de la profesión en cada país. Por ejemplo, es razonable cuestionarse si el papel de adversarios del poder político y económico puede explicarse de la misma forma en el periodismo anglosajón que en el hispano. Por lo tanto, aun siendo indiscutible el valor de los resultados obtenidos por este procedimiento, no es suficiente si no se acompaña de otras variables. En este sentido nos parece interesante el esquema presentado por Reese (1999). Su modelo de jerarquía de influencias incluye cinco niveles de análisis: (a) individual, que incluye el uso de la encuesta para medir las actitudes, preparación y antecedentes del periodista; (b) las rutinas, para cuyo estudio propone el método etnográfico; (c) el nivel de organización incluye la investigación de las funciones-clave y las personas que las realizan en las redacciones, los objetivos y cómo se llevan a cabo; (d) el nivel externo al medio y (e) el nivel ideológico. No obstante, el diseño no establece claramente las relaciones entre los distintos componentes.

En segundo lugar, la elaboración de las once categorías que se corresponden con los roles asumidos por los periodistas toma como referencia al periodismo político. Se produce, así, la sensación de que las tipologías de periodistas se ajustan más a una parcela de la profesión que interactúa con las elites en el poder, dejando al margen a aquellos que informan sobre otros asuntos o que no pertenecen a las categorías más altas dentro de las redacciones. De nuevo el uso de los tipos ideales sería útil para detectar las desviaciones respecto al modelo y eludir el exceso de generalización.

Por último, otra de las limitaciones que ha sufrido la investigación sobre las ideologías y modelos profesionales es consecuencia de tomar como fuente exclusiva para la construcción de las tipologías de periodistas las opiniones expresadas por éstos. Ello presenta un problema importante que Paolo Manzini (1999) ha denominado como la paradoja entre la práctica profesional y los modelos teóricos, al encontrar incoherencias evidentes entre las autopercepciones de los periodistas italianos y lo que refleja su trabajo. ¿Cómo salvar estas contradicciones? Anteriormente hemos hecho referencia a la tipificación de actores y acciones sociales, lo cual nos indica que además de resolver la construcción de tipos ideales de ejercer el periodismo, debemos también ofrecer alguna explicación sobre los tipos ideales de acciones a que dan lugar. Ello no supone otra cosa que aceptar como cierta la frase de Walter Gieber (1968) «la noticia es lo que los periodistas hacen» e incluir en la agenda de investigación el análisis de los contenidos informativos, puesto que en ellos se reflejarán los roles asumidos. Así, planteamos como objetivo determinar qué tipos de narrativas y formatos caracterizarían a cada modelo profesional. La tarea no es sencilla, pero tenemos disponibles en estos momentos varias perspectivas, como el análisis del discurso y la teoría del *framing*, cuyas aportaciones pueden ayudar de manera significativa a definir y explicar cómo funcionan y qué consecuencias tienen para la producción de información las distintas ideologías profesionales.

Bibliografía

CANEL, M. J., RODRÍGUEZ, R. y SÁNCHEZ-ARANDA, J. J.: *Periodistas al descubierto. Retrato de los profesionales de la información*. Madrid, CIS, 2001.

COHEN, B.: *The press and the foreign policy*. Princeton, Princeton University Press, 1963.

CHABALY, J.: «Journalism as an anglo-american invention. A comparison of the development of french and anglo-american journalism, 1830s-1930s»; *European Journal of Communication*, 11, 1996, págs. 303-326.

DIEZHANDINO, P.; BEZUNARTEA, O. y COCA, C.: *La elite de los periodistas*. Bilbao, Universidad del País Vasco, 1994.

ELLIOTT, P.: *Sociología de las profesiones*. Madrid, Taurus, 1974.

GARCÍA CORTÁZAR, M. y GARCÍA DE LEÓN, M. A.: *Profesionales del periodismo*. Madrid, CIS, 2000.

GIEBER, W.: «News is what newspapermen make it»; L. A. Dexter y D. M. White. *People, society and mass communication* (págs. 173-182). New York, The Free Press, 1968.

GÓMEZ MOMPART, J. LL.: «Transformaciones sociocomunicativas del periodista en la España democrática»; C. Barrera (Coord.). *Del gacetero al profesional del periodismo. Evolución histórica de los actores humanos del cuarto poder* (págs. 209-218). Madrid, Fragua, 1999.

GREY, DAVID: «Use of the ideal types in newsman studies»; *Journalism Quarterly*, 44 (1), 1967, págs. 13-16.

JANOWITZ, M.: «Professional models in journalism: the gatekeeper and the advocate»; *Journalism Quarterly*, 52, 1975, págs. 618-626.

JOHNSTONE, J.; SLAWSKI, E. y BOWMAN, W.: «The professional values of American newsmen»; *Public Opinion Quarterly*, 26, 1976, págs. 522-540.

MANCINI, P.: «La paradoja de los periodistas italianos: difusores teóricos, pero defensores prácticos. Problemas metodológicos e interpretativos»; *Comunicación y Sociedad*, XII (2), 1999, págs. 115-134.

MORÁN, G.: *El precio de la transición*. Barcelona, Planeta, 1991.

ORTEGA, F. Y HUMANES, M. L.: *Algo más que periodistas. Sociología de una profesión*. Barcelona, Ariel, 2000.

PATTERSON, T.: *Out of Order*. New York, Basic Books, 1994.

REESE, S.: «Hacia una comprensión del periodista global. El modelo de jerarquía de influencias?»; *Comunicación y Sociedad*, XII (2), 1999, págs. 47-68.

RITZER, G.: *Teoría sociología clásica*. Madrid, McGraw Hill, 1993.

ROSEN, J. y MERITT, D.: *Public journalism: theory and practice*. Dayton, Kettering Foundation, 1994.

SANTOS, F.: *Periodistas*. Madrid, Temas de Hoy, 1995.

THOMPSON, J. B.: *El escándalo político. Poder y visibilidad en la era de los medios de comunicación*. Paidós. Barcelona, 2001.

WEAVER, D. (ed.): *The global journalist. News people around the world*. New Jersey, Hampton Press, Inc., 1998.

WEAVER, D. y WILHOIT, G.: *The american journalist in the 1990's. U. S. news people at the end of an era*. New jersey, Laurence Erlbaum Associates, 1996.

WEAVER, D. y WILHOIT, G.: *The american journalist. A portrait of U.S. news people and their work*. Bloomington, Indiana University Press, 1991.

WINDAHL, S. y ROSENGREN, K. E.: «Newsmen's professionalization: some methodological problems»; *Journalism Quarterly*, 55, 1978, págs. 466-473.

