
Hacia un modelo comparativo del funcionamiento de la prensa

■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■

ADAM JONES*

Por siglos, prensa y política han estado íntimamente entrelazadas. De hecho, la libertad de los medios impresos, y posteriormente de la radio y la televisión, así como de los nuevos medios de comunicación, ha desempeñado un papel *definidor* para las libertades de expresión y asociación que, a su vez, definen la democracia liberal. Incluso los que rechazan las fórmulas liberales, como serían los marxistas-leninistas y los “desarrollistas” del Tercer Mundo, han reconocido que la prensa y otros medios de comunicación tienen una importancia fundamental en la estrategia política. En vista de esta tendencia, sorprende el hecho de que, hasta el momento, no se haya tratado de elaborar una “macroteoría” de la prensa, supuestamente válida para los sistemas de medios en todo el mundo. Éste es el propósito del presente artículo, en el cual se exponen: los conceptos de un “imperativo movilizador” y de un “imperativo profesional” en el funcionamiento de la prensa para aislar las bases de los sistemas periodísticos tanto capitalistas como socialistas de Estado; las expectativas de los “patrocinadores” respecto a los medios que controlan; las diversas prioridades que motivan a los periodistas y redactores encargados de generar

* El autor es doctor en Ciencia Política por la Universidad de Columbia Británica y profesor de estudios internacionales en el Centro de Investigación y Docencia Económicas (CIDE). Correo electrónico: adam.jones@cide.edu. Sus artículos acerca de los medios de comunicación y otros temas han aparecido en *Review of International Studies*, *Ethnic & Racial Studies*, *Harvard International Journal of Press/Politics*, *Journalism Studies*, *New Political Science*, entre otras publicaciones. Su primer libro, *Beyond the Barricades: Nicaragua and the Struggle for the Sandinista Press, 1979-1998*, será publicado en 2002 por Ohio University Press. Traducción del inglés de Susana Moreno Parada. Este artículo se recibió en mayo de 2000 y fue aceptado para su publicación en octubre de 2000.

contenido editorial, y las tensiones y los choques que pueden resultar de la interacción de patrocinadores y periodistas profesionales. Si bien recurre a una amplia gama de casos y ejemplos, el análisis se centra en un examen de cuatro sistemas periodísticos: Rusia (con un estudio de caso de *Izvestia*), Sudáfrica (con estudios de caso de *The Star*, *Sowetan* y *The Citizen*), Nicaragua (donde nos enfocamos en el antiguo periódico oficial sandinista *Barricada*) y Jordania (con un estudio de caso: el periódico en inglés *Jordan Times*).¹

En este artículo se hace énfasis en la prensa escrita, pero creo que muchos de los esquemas y las interpretaciones básicas se aplican a la radio y la televisión (y ocasionalmente a los nuevos medios de comunicación y los medios alternativos). Sin embargo, su aplicación en esas esferas debe considerarse, en todo sentido, provisional.

EL IMPERATIVO MOVILIZADOR

Por lo general, un periódico sigue más o menos el punto de vista de su dueño
—en Occidente y en cualquier parte del mundo.

Alexander Sychev (1997), redactor de noticias internacionales

El imperativo movilizador que domina a un sistema periodístico o periódico determinado, y la identidad del patrocinador y principal agente movilizador, se puede aislar fácilmente mediante unas cuantas preguntas básicas: ¿quién es el dueño de la institución?, ¿quién le paga al personal y asume el costo de los insumos? Si no se trata directamente del Estado o del régimen, ¿cuál es la relación entre el patrocinador y el Estado o el régimen?

Si llevamos el análisis más allá de la mera supervivencia, el imperativo movilizador general podría determinarse con la misma facilidad. ¿Cuál es el público al que se dirige el periódico? ¿Cuál es la agenda editorial indicada por la institución? ¿Qué áreas tabú se respetan, es decir, qué opciones sociales, eco-

¹ Durante la investigación para obtener el doctorado, el autor realizó unas 150 entrevistas en todos estos sistemas e instituciones periodísticas (Jones, 1999a).

nómicas y políticas suelen ser *excluidas* o son “impensables” en el reportaje y el comentario editorial del periódico? ¿Qué es, en el fondo, una “noticia”? ¿A qué sectores sociales e intereses de clase se les presta especial atención o se trata de manera más favorecedora, de acuerdo (por ejemplo) con el tipo de suplementos o reportajes especiales que publica el periódico?

Parecería que los custodios del imperativo movilizador en las instituciones periodísticas se ubican mejor en los nexos de dueños, gerentes y jefes de redacción, pues juntos controlan las “alturas estratégicas” de las operaciones de cualquier periódico, y son, en gran medida, responsables de definir las estrategias cotidianas tanto en el ámbito material como en el editorial. Su función es encontrar un equilibrio entre las distintas, y a menudo conflictivas, consideraciones movilizadoras —que superan el simple imperativo de la supervivencia institucional— y un conjunto analíticamente separable de *imperativos* profesionales, los cuales se analizan con profundidad más adelante. Como resultado de los procedimientos de “guardián” que obtienen en los periódicos, al igual que en todas las instituciones y organizaciones, los patrocinadores del imperativo movilizador suelen tener —y exigir— mucho propósito común y cohesión ideológica.

Las variables ambientales condicionan el imperativo movilizador que prevalece en un sistema de medios o en una institución determinada. Las más importantes son: 1) *el grado de subdesarrollo* y 2) *el grado de autoritarismo del régimen*,² las cuales están muy correlacionadas entre sí. En las sociedades subdesarrolladas que, además, exhiben patrones autoritarios de gobernanza —la gran mayoría—, casi todos los medios masivos de comunicación dependen del Estado o del régimen gobernante. Según Yassan Zassoursky, decano de la facul-

² “Utilizo los términos ‘autoritarismo’ y ‘democracia’ para referirme, por un lado, a los órdenes políticos que se caracterizan por estrategias de gobierno dominantes que, en general, usan la violencia para reprimir con la presencia de censura, limitaciones a la libertad de asociación y, con frecuencia, un control directo del Estado sobre las estructuras judiciales y legislativas y de los medios de comunicación; y, por otro lado, a los órdenes políticos que permiten una expresión y asociación políticas relativamente libres, inmunidad relativa de la violencia pura del Estado y una participación política institucionalizada por parte del grueso de la población [...] Estas definiciones hacen caso omiso del polémico tema de la democracia económica [...] Sin embargo, sí creo que las enormes disparidades en la distribución de los recursos son desfavorables para un orden democrático” (Jones, 1994, pp. 146 y 162 [n. 2]).

tad de periodismo de la Universidad Estatal de Moscú: "Lo importante para la concepción autoritaria es su enfoque instrumental. Los medios de comunicación son considerados una *herramienta*, sea ésta una hacha, un látigo o incluso "promesas", pero un instrumento al fin. Y un instrumento en manos de los poderosos: los gobernantes, casi siempre" (Zassoursky, 1997). Incluso cuando tienen posibilidades de existir, las voces opositoras en los medios de comunicación por lo general dependerán de la buena voluntad o, al menos, de la benéfica indiferencia de los gobernantes.

En esas sociedades de escasos recursos, el Estado/régimen tiene el monopolio de los materiales y servicios esenciales para el funcionamiento de los medios. En un sentido positivo, será capaz de canalizar una amplia gama de incentivos y subsidios hacia las instituciones favorecidas: aquellas que no posee directamente. El catálogo de incentivos que el Estado ofrece a la prensa mexicana durante el gobierno del Partido Revolucionario Institucional (PRI), por ejemplo, podría extenderse casi sin alteraciones a numerosas sociedades del mundo en desarrollo: "subsidios al papel y las tintas, control estatal de la distribución en los puestos de periódicos, circulaciones infladas por las compras del gobierno, e ingresos por concepto de los anuncios gubernamentales, así como una gran rotación de personal entre los redactores del periódico y las oficinas de prensa del gobierno" (Orme, Jr., 1997, p. 6).³ Al manipular acertadamente estos aspectos, un Estado autoritario más sofisticado puede mantener su dominio a prudente distancia, incluso sobre periódicos "independientes" o de oposición. Alexei Pankin, del Programa de Desarrollo de Medios de Moscú, comenta: "Cuando un subsidio constituye determinada parte de tus ingresos, una parte muy importante de ellos, ni siquiera tienen que presionarte para que hagas algo. Simplemente sabes que si quieres conservarlos, tienes que apegarte a ciertos límites que, básicamente, tienes en la cabeza" (Pankin, 1997).

En los sistemas políticos más centralizados y represivos, el Estado es omni-

³ En México, la publicidad se complementó con la institución de la "gaceta": anuncios políticos pagados que aparecen como si fueran noticias genuinas. Las bases de este sistema se ven amenazadas por el gobierno de transición de Vicente Fox, electo en el año 2000; sin estos "beneficios adicionales" del Estado, se predice que "muchos de los casi 40 periódicos [de la Ciudad de México] probablemente se vendrán abajo" (Weiner, 2000).

presente y toca muchas más facetas de la vida de un periodista que tan sólo su capacidad de ganarse la vida:

Al igual que otros trabajadores en un sistema centralizado que distribuye muchos puestos de trabajo sin importar la preferencia del individuo, los periodistas [chinos] saben que, si quieren comer, deben trabajar donde se les asigna. Si abandonan su trabajo, también deben renunciar a su casa, cupones de comida y otros subsidios. Negarse a trabajar por un principio es más que un lujo; en el sistema de las unidades de trabajo de China, puede ser un suicidio (Jernow, 1993, p. 76).⁴

Los que se someten obtienen recompensas importantes. Las presiones materiales que suelen enfrentar las instituciones en ambientes política y económicamente más libres podrían volverse superfluas. Y los incentivos negativos de que dispone el régimen son numerosos, pues van de lo agravante a lo atroz. Los medios pueden verse obstaculizados por un aparato de censura directa, o (lo que es más común) por la censura indirecta ejercida mediante la aplicación selectiva de la legislación de los medios de comunicación o contra la difamación, y las intrincadas restricciones para otorgar permisos. Además, el funcionamiento material de los medios está expuesto a las acciones disciplinarias de un Estado o régimen poderoso. Louise Bourgåult (1998, p. 95) describe los medios de comunicación de Nigeria y ofrece un auténtico catálogo de “armas” del gobierno:

La prensa de Nigeria ha sufrido humillaciones tales como la confiscación temporal, la prohibición y el cierre de periódicos; el hostigamiento a vendedores, distribuidores e incluso lectores; el secuestro, la incautación y la quema de camionetas de reparto de periódicos; la escasez de papel y tintas; e incluso el bombardeo de las imprentas. Incluso han circulado ediciones falsas [!] de las publicaciones más agresivas: *News* y *Sunday Magazine*. Y,

⁴ Como decía una broma de la época soviética: “Todos los editores del país pueden publicar lo que quieren [...] pero sólo una vez en su vida” (Androunas, 1993, p. 1).

mientras tanto, los periodistas y editores del país han sido hostigados, intimidados (sus personas, sus cónyuges y sus hijos), detenidos, arrestados sin juicio, sentenciados a muerte e incluso asesinados por paquetes bomba.

En Cuba, igualmente, “una incipiente prensa independiente” debe lidiar con las dificultades que implica conseguir “suministros básicos, como lápices, cuadernos [y] máquinas de escribir” fuera de los canales de distribución del Estado. También tiene que enfrentarse a las restricciones del régimen acerca de la propiedad de las máquinas de fax y las computadoras (Committee to Protect Journalists, 1996). El Estado puede presionar a las empresas, sean privadas o estatales, para que no se anuncien en los medios de oposición. En Dakar, al periódico *Sud Hebdo* le hicieron un vacío tal que, en palabras de su jefe de redacción, Mamado Oumar Ndiaye:

ningún negocio, empresa o compañía propiedad del Estado compraba anuncios en el periódico. ¿Por qué? La mayoría de directivos de instituciones estatales, o incluso de negocios privados, tienen miedo de dar la impresión de que apoyan a personas mal pensadas. La naturaleza del Estado en África es tal que, cualquiera que sea el lugar en que te encuentres, de todos modos tienen vínculos y hasta cierto punto dependes del Estado. Por lo que siempre tienes miedo de las represalias. Incluso las empresas extranjeras tienen la misma actitud. Porque, en África, el Estado es el mayor contratista (citado en Karikari, 1993, p. 58).

En regímenes que se definirían mejor como tiránicos que como autoritarios, el cumplimiento total se hace valer de una manera más burda. Los cuerpos torturados y mutilados de periodistas y redactores al borde de las carreteras salvadoreñas y guatemaltecas en la década de los ochenta daban fe de que los agentes del Estado estaban dispuestos a castigar con la muerte a los que se apartaran de sus ideas. En otras sociedades superficialmente menos autoritarias —México, Colombia, Argelia—, el derramamiento de sangre es una característica mayor o menor del panorama periodístico. Y es probable que actores que “no

pertenecen al régimen”, como los mafiosos y los fundamentalistas religiosos, sean los que envíen las amenazas de muerte o planten los carros-bomba. Y, por supuesto, el régimen se hará de la vista gorda ante actividades de ese tipo, o se aliará con ellos abiertamente, además de lanzar sus propias ofensivas.

El efecto estándar de esos incentivos positivos y negativos en regímenes autoritarios es: a) que éstos son dueños y administran directamente a los medios de comunicación —en especial la radio y la televisión—, a la vez que los utilizan para movilizar el apoyo del público hacia los líderes y las políticas del régimen, y b) en sociedades autoritarias “más suaves”, que los medios de comunicación sean superficialmente autónomos, aunque en general apoyen a esos líderes y sus políticas. (“Ésta es una estación de televisión del gobierno —dijo un emblemático ejecutivo de televisión—, y creemos que las noticias deben ser congruentes con el punto de vista del gobierno y su política nacional.”)⁵ Lo verdaderamente notable es que esa tendencia no es universal. Existen numerosos ejemplos de trabajadores de los medios de comunicación que buscan funcionar fuera de las limitaciones autoritarias, lo cual con frecuencia exige un valor tal que deja al analista con la boca abierta y que, por desgracia, suele asociarse con una vida más corta.

En el autoritarismo duro, cuya diferencia del “suave” se verá más adelante, un periódico⁶ puede llegar a conseguir otras fuentes de patrocinio que le ayuden a confrontar el reto básico de la supervivencia material. Las más comunes son los dueños adinerados (como la familia Chamorro en Nicaragua, que apoyó a *La Prensa*, el periódico de oposición durante la dictadura de Somoza),⁷ los partidos de oposición, sindicatos y otras agrupaciones políticas, así como la “sociedad civil”, lectores de elite o en masa que pueden apoyar la empresa comprando el periódico y publicando anuncios pagados. Mientras más duro y subdesarrollado sea el autoritarismo, más escasos serán esos ejemplos de semiautonomía e independencia. En el caso opuesto, la tendencia indica prácti-

⁵ Waleed Mohammad, redactor de noticias de la televisión en inglés de Jordania. Citado en Genkin, 1993.

⁶ Casi siempre se trata de un periódico, puesto que el Estado domina la radio y la televisión.

⁷ Para más información sobre *La Prensa* durante la dictadura de Somoza, y la difícil relación que luego sostuvo con el régimen sandinista, véase Edmisten, 1990.

camente el total sometimiento de los medios a la agenda movilizadora del régimen. De hecho, en esas circunstancias no tiene mucho sentido diferenciar entre prensa y régimen. En Irak, “la prensa es el Estado”, a decir de un periodista disidente; o, como dijo un vecino de Siria: “la prensa es una rama del gobierno y los periodistas son empleados gubernamentales” (Koeppel, 1987). Es probable que los jefes de los redactores sean elegidos por camaradas del partido,⁸ ya que pueden ser tanto líderes políticos como encargados de tomar las decisiones. En lo que respecta a los periodistas, existe poca diferencia práctica entre su tarea diaria y la de las plañideras profesionales contratadas en los funerales chinos. Lo que Alec Nove ha llamado “lenguaje del catecismo” domina el contenido editorial (Nove, 1975, p. 49). El modelo estalinista de los medios de comunicación que ha descrito Nove (y satirizado Orwell) es el ejemplo clásico. Regularmente se ha pensado que ya es sólo historia, pero todavía sobrevive en algunos lugares aislados. Piénsese, por ejemplo, en esta rueda de prensa que ofreció la Agencia Central de Noticias de Corea [del Norte] un día de febrero de 1997, cuando la deserción del profesor norcoreano Hwang Jang Yop aparecía en los titulares de todo el mundo:

En todos los periódicos aparece la noticia de que las *Obras selectas de Kim Jong-Il* (volúmenes 9, 10 y 11) fueron publicadas por la Editorial del Partido de los Trabajadores de Corea y que el Ministerio de Correo y Telecomunicaciones emitió estampillas y tarjetas postales conmemorativas [...] En la prensa se informa que a altos funcionarios del partido y del gobierno les agradó la sexta entrega de los *Escritos Kapf*, parte 30 de la película *La na-*

⁸ John Murray (1994, pp. 40-41) escribe lo siguiente acerca de la prensa soviética: “Todo el comité editorial del principal periódico del gobierno, *Izvestia*, estaba incluido en la lista de los puestos políticos y administrativos que el comité central del partido debía nombrar. Las personas designadas figuraban en la lista de gente aprobada y confiable para el puesto. Todos los redactores del periódico así como los directores de las dos agencias nacionales de noticias, TASS y Novosti, eran elegidos de la misma manera [...] Los editores de *Pravda* e *Izvestia* también eran tradicionalmente miembros del comité central del partido [...] Este poder de designar a las personas que ocupaban los puestos más importantes en todos los niveles de la prensa era la manera más efectiva de controlar lo que se escribía en los periódicos. Era más importante para el manejo cotidiano del periódico que el control más general que ejercía la ideología u otros organismos del partido, o por los censores en gran medida superfluos [...] Un editor nombrado con la bendición del partido contribuía a que el periódico fuera ‘políticamente correcto’ aunque en general poco atrevido”.

ción y el destino. Destaca en la prensa el *Llamado de febrero* emitido por el Comité Central del Frente Democrático Nacional de Corea del Sur en donde se hace un llamado al pueblo surcoreano para festejar de manera extraordinaria el 55° cumpleaños del gran general Kim Jong-Il como el aniversario de la victoria que durante mucho tiempo brillará en los anales de la nación. [El periódico] *Rodong Sinmun* reporta que la incesante guerra organizada por los títeres surcoreanos es una provocación cerca de la línea de demarcación militar...⁹

Y así continúa, sin que una noticia haga referencia a la desertión. Incluso en una autocracia más suave como Jordania, la adoración que la prensa expresa por las principales figuras del régimen no tiene límites:

Su Real mensaje deleitó nuestros corazones rebosantes de amor y lealtad a Su Majestad pues reflejan el apoyo de Su Majestad a los periodistas jordanos, quienes han trabajado sin cesar siguiendo los estándares de su Hachemita y que contenían sabiduría pura y Reales lineamientos para continuar esforzándose por seguir el sólido rumbo a fin de ayudar al país a alcanzar sus objetivos [...] Le damos solemnemente nuestra palabra de permanecer fieles a la causa bajo sus indicaciones, trabajando implacable e inflexiblemente para que *Al-Ra'i* siga siendo una plataforma para la expresión libre y responsable.¹⁰

Esto declaró el presidente de *Al-Ra'i*, el principal periódico del *establishment* del Reino Hachemita de Jordania, en respuesta al mensaje fraternal del rey Hussein en que felicitaba al periódico por su 25° aniversario.

Es fácil burlarse de ese tipo de sistemas de medios desde una perspectiva occidental y democrática liberal. Sin embargo, un esquema "movilizador" amplio tiene la ventaja de que también puede incluir a los medios occidentales.

⁹ El artículo fue tomado de la página de internet de Corea del Norte, fechada el 14 de febrero de 1997. Agradezco al profesor Richard J. Samuels del MIT por desenterrarlo, y a Pablo Policzer por enviármelo a mí.

¹⁰ Mahmoud Al-Kayed, presidente de la Fundación de Prensa Jordana, citado en *The Jordan Times*, el 7 de junio de 1993.

Lo que hemos descrito es el imperativo movilizador según funciona en sociedades autoritarias, especialmente subdesarrolladas: obligando o atrayendo a los medios de comunicación al abrazo más o menos formal del Estado, a cambio de lo cual esas instituciones reciben lo necesario para la supervivencia y muchas "promesas" útiles. Las instituciones de medios "libres" del mundo occidental pueden ser menos propensas tanto a la intervención directa del régimen como a los grilletes del subdesarrollo. En un ambiente de libre mercado, sin embargo, donde casi siempre funcionan como empresas corporativas destacadas, son libres de fracasar comercialmente. *Su imperativo movilizador preponderante, generado desde fuera por los patrocinadores y los accionistas, son las utilidades.* En condiciones de mercado, la principal fuente de ingresos de las corporaciones llamadas periódicos son otras corporaciones: las que se anuncian en sus páginas. En esas circunstancias, las grandes instituciones periodísticas están perfectamente entrelazadas en el tejido de una sociedad y una economía capitalistas. Como importantes formadores de opinión pública, una de sus principales funciones, que proviene del imperativo de las utilidades, es la ideológica: *defender al sistema que hace posible las utilidades.*

En el caso de la potencia capitalista preponderante del mundo, Estados Unidos, esto significa que los periódicos y su personal no pueden salirse del marco ideológico de la economía de mercado, así como el acólito del rey Hussein en *Al-Ra'i* tampoco podía imaginar límites para la munificencia del monarca. Tampoco es posible imaginar que *The New York Times*, o cualquier otro periódico estadounidense importante, se declarara algún día partidario del socialismo, o que la Agencia Central de Noticias de Corea repentinamente comenzara a alabar al capitalismo de mercado. De hecho, es un poco *menos* concebible, puesto que tenemos el ejemplo de una sociedad y un sistema de medios reconocidamente comunistas (China) que se ha mostrado muy flexible en cuanto a adaptarse a las ideologías del mercado.¹¹

¹¹ La situación en Canadá, Europa Occidental y Australia es un tanto diferente de la de Estados Unidos, pues refleja una cultura política más diversa, patrones más variados de organización económica y una gama más amplia de patrocinios para la prensa. Por ejemplo, los partidos políticos y los sindicatos todavía son patrocinadores destacados en los medios escandinavos y de Europa Occidental; muchos de esos sistemas también presentan una intervención gubernamental directa en los medios de comunicación, mediante un enér-

Por lo tanto, los regímenes, las corporaciones y los partidos o asociaciones políticas son los actores clave que determinan el imperativo movilizador de las instituciones periodísticas en todo el mundo. Pero los diarios también reciben la influencia de diversos “movilizadores menores” cuya contribución puede, en un día determinado y en un ambiente particular, ser significativa o incluso decisiva. En un sistema autoritario clásico, es probable que el movilizador menor sea un funcionario enviado por el Estado o régimen, por lo común para asegurarse de que la agenda movilizadora del régimen se traduzca sin problemas en el contenido editorial cotidiano. En ocasiones, casi siempre como reflejo de un sistema autoritario más suave, dichos funcionarios pueden chocar con los redactores o los periodistas, por razones que pronto abordaremos. Los funcionarios del régimen también desempeñan una función en las democracias de mercado. Sin embargo, en este caso es más probable que los movilizadores menores sean funcionarios *corporativos* de uno u otro tipo: los “anunciantes, funcionarios de relaciones públicas y gerentes comerciales —como dice Ken Owen hablando del caso sudafricano—, [quienes] quieren insertar en el periódico propaganda disfrazada de ‘noticias’ ” (Owen, 1995).¹² Compiten entre sí por la atención y el favor del periódico (términos publicitarios más favorables, mayor publicidad para los productos o servicios corporativos, etcétera); y los periódicos también los cortejan diligentemente (claro que por los ingresos de que disponen para publicidad).

Así, esos diversos arquitectos y representantes del imperativo movilizador se combinan para ejercer la mayor influencia sobre el funcionamiento de la prensa. De hecho, la influencia del imperativo movilizador es tan obvia que se considera que muchos sistemas de medios —en particular los de sociedades sumamente autoritarias o subdesarrolladas— casi no responden a nada más.

gico sector público de radio y televisión, y una estricta legislación antimonopolios. En Escandinavia, las cosas van aún más allá, pues el régimen otorga subsidios por “el interés público” que compensan, hasta cierto punto, el imperativo de las utilidades para la prensa escrita. En consecuencia, un análisis del imperativo movilizador que prevalece en una institución periodística importante debe ser más matizado, aunque, casi con toda seguridad, las consideraciones comerciales seguirán siendo las fundamentales.

¹² Owen (1995) considera que “editar un periódico [...] a menudo se trata de combatir” esos movilizadores menores: una tarea que, según él, se vuelve más difícil “cuando los editores deben funcionar bajo la supervisión de gerentes comerciales fanfarrones y emprendedores”.

Sin embargo, creo que el imperativo movilizador rara vez cuenta la historia completa, incluso en sistemas autoritarios clásicos donde el Estado o el régimen posee y administra todos los medios de renombre. Deben tomarse en cuenta otras influencias, prioridades y prácticas: elementos que no surgen directamente de la lucha por la supervivencia del periódico, ni responden a la agenda movilizadora de los patrocinadores, gerentes y (por lo común) jefes de redacción. Agrupo esos factores y consideraciones con el nombre de “imperativo profesional”, que ubico en su mayor parte dentro de las instituciones periodísticas mismas, particularmente entre los periodistas y redactores, pues ellos son los actores encargados de elaborar el “producto” diario de la institución, al menos de lo que puede extraerse de la publicidad.¹³ Como ya se ha sugerido, los jefes de redacción ocupan una posición un tanto ambigua, ya que abarca ambos imperativos. Por un lado, son los principales arquitectos de la producción editorial del periódico, y los “guardianes” clave en lo que se refiere a la integridad y la cohesión de la institución. Pero tampoco son dueños ni contadores, y es probable que se encuentren bajo fuego cruzado cuando chocan los imperativos movilizador y profesional.¹⁴

¹³ El aspecto de la publicidad en las operaciones del periódico responde más de lleno a las demandas de los dueños y de la alta gerencia que los agentes del imperativo profesional: periodistas y redactores. Por esta razón, yo catalogaría a los departamentos de publicidad junto con otras ramas administrativas y burocráticas del imperativo movilizador, aunque su papel e importancia para la operación variarán, dependiendo de las prioridades de los patrocinadores de la institución y de la importancia relativa que el ingreso por concepto de publicidad represente para el funcionamiento material del periódico.

¹⁴ Más contingente es la función de “director”, un puesto que en algunos sistemas de medios combina elementos de jefe de redacción, editor y gerente general, empañando así las divisiones editorial y gerencial.

EL IMPERATIVO PROFESIONAL

Existen dos fuerzas. Por un lado, está la interferencia externa en forma de dinero, influencia, control directo, etcétera. Por el otro, dentro de la comunidad de periodistas hay un fuerte espíritu corporativista y de capacitación profesional. De modo que todos los periodistas competentes tienen una especie de contradicción interna.

Boris Kaǵarlitsky (1997), intelectual ruso.

Las nociones de “profesionalismo” son intrínsecamente esquivas. Pero, ¿es posible por ahora hablar de un “periodista universal”, como lo hace David Randall (1996) en su estimulante libro? Pocas personas dudan de que el arte de “reportar” se haya vuelto toda una profesión y que es, con frecuencia, un “poder” evidente en los diversos sistemas políticos del mundo. Pero este proceso de profesionalización, y la difusión o imposición de los modelos occidentales de modernización en todo el orbe, ha provocado que el comportamiento periodístico se vuelva más rutinario, guiado por un conjunto característico de normas, estándares y estrategias profesionales. Por lo tanto, cualquier evaluación del “imperativo profesional” debe verlo como “parte de una tendencia general [...] hacia las nociones de racionalidad administrativa y experiencia neutral”, que iniciaron en Europa Occidental y Estados Unidos en el siglo XIX (Hallin, 1996, p. 245).

No hay duda de que las concepciones profesionales de cada individuo están muy influidas y limitadas por el nivel de desarrollo que prevalece en una sociedad y en un sistema de medios dados. El sentimiento de mérito profesional de periodistas y redactores suele ser mayor en la medida en que se amplía el desarrollo de un sistema de medios o de la sociedad misma. Cuando la infraestructura material o el producto terminado está maltrecho, es mucho menos probable que se considere honroso dedicarse al periodismo; y a menudo con mucha razón, en buena medida por los compromisos profesionales (la corrupción, los empleos múltiples) que pueden ser necesarios para ganarse la subsistencia bá-

sica. El subdesarrollo afecta también a la *institucionalización* del periodismo, un factor importante para inculcar y reafirmar la autoestima profesional. La evolución de órganos de prensa en instituciones al menos semiautónomas; el crecimiento de sindicatos y asociaciones profesionales de periodistas, redactores y editores; la evolución de “vigilantes” internos sobre la conducta de la prensa... todo esto *puede* servir para delimitar la profesión del periodismo de otras ocupaciones que podrían estar muy relacionadas: publicista, tipógrafo, informante.¹⁵

No podemos, sin embargo, plantear que existe un vínculo causal simple entre desarrollo y profesionalismo. En primer lugar, los equilibrios y las concesiones profesionales pueden ser igualmente poderosos en ambientes donde los medios están subdesarrollados que en otros más desarrollados, como veremos en breve. En segundo lugar, como afirmó Jae-Kyoung Lee en su análisis del “tan decepcionante o incluso nefasto historial” de los medios de Asia Oriental, “hay que abandonar o modificar radicalmente la suposición fundamental [...] de que el crecimiento económico se traducirá en un incremento concomitante de la libertad de prensa”. Él propone agregar una variable *histórica* que tenga en cuenta la fuerza de la “sociedad civil” o “la esfera pública” como soporte del imperativo profesional. Puesto que los periódicos “están literalmente basados en la historia y la cultura de una sociedad, un análisis adecuado de ellos dará ricas interpretaciones de cómo han evolucionado las instituciones de comunicación pública en un país y por qué éste ha llegado a tener cierto tipo de sistema nacional de medios y no otro” (Lee, 1991, pp. 155, 162). Un factor particularmente importante parece ser la presencia o ausencia de una tradición periodística “independiente” en el pasado del país. Por lo tanto, vale la pena incluir en nuestro análisis otra variable metaambiental: *la cultura de medios*.¹⁶

¹⁵ Por supuesto, la tendencia compensatoria es que los periodistas se vuelvan más “institucionalizados” en todo sentido: demasiado cooptados por las promesas materiales ofrecidas, especialmente de fuentes del régimen, para desempeñar el papel crítico o independiente que reconocen y afirman perseguir.

¹⁶ La “cultura de medios” es, por supuesto, una variable dependiente e independiente que refleja, por ejemplo, los grados de autoritarismo frente a la vitalidad de la sociedad civil o la “esfera pública”.

“LA ECONOMÍA MORAL DEL PERIODISMO”

Luego de un par de años de experiencia, los periodistas empiezan a darse cuenta de que existe algo llamado responsabilidad. Cuando escribes algo, debes pensar en las personas que lo van a leer, porque puedes cambiar su vida. Debes recordar que algunas personas leen los periódicos como si éstos tuvieran la única opinión verdadera acerca de algo. Siempre debes tenerlo en mente.

Irina Petrovskaya (1997), columnista de medios

Más allá de las influencias políticas, sociales y económicas ya analizadas, ¿tenemos argumentos para aislar una base ética y epistemológica para el imperativo profesional? En años recientes, los comentaristas han empezado a hablar de la creación de una “sociedad civil global” o de un cuerpo de “opinión pública mundial”, construido en torno de valores clave como el respeto a la vida, los derechos humanos y la oposición a la guerra.¹⁷ En el mismo sentido, las nociones globales del periodismo profesional parecen acercarse cada vez más hacia un consenso de lo que podría llamarse “economía moral del periodismo”. (La referencia, por supuesto, es el estudio clásico de James Scott acerca de la subsistencia y la rebelión, *The Moral Economy of the Peasant* [La economía moral del campesino] [Scott, 1976].) Sostengo que una de las fuerzas principales que moldean al imperativo profesional es un conjunto de principios éticos y normativos que no se pueden reducir simplemente al interés material:

- apego a los valores y procedimientos de la democracia liberal y el imperio de la ley (con excepción de los casos en que la ley la maneja una tiranía);

¹⁷ Según Howard Frederick (1993, p. 272): “la opinión pública mundial: desea la paz a través del derecho internacional; hace responsables a los gobiernos de evitar los horrores de la guerra nuclear; se opone a la tortura y al trato inhumano; se opone a la persecución de creencias minoritarias; se opone a la discriminación con base en la raza o el sexo; apoya la preservación de un ambiente sustentable; apoya la solución de conflictos a través de medios no violentos; apoya las acciones para eliminar el hambre y la pobreza [...] Esto no quiere decir que todas las personas o líderes apoyen esas metas, sino que cada vez están más conscientes de ellas”.

- autonomía relativamente alta del Estado y del régimen,¹⁸ una función de “vigilante” *vis-à-vis* las autoridades dominantes y otros lugares de poder;
- servicio a los lectores y el bien público de manera más general (el modelo de la “responsabilidad social” del funcionamiento de la prensa, con dejos desarrollistas en muchas partes del Tercer Mundo);
- consulta de numerosas fuentes y la representación exacta de sus puntos de vista;
- “objetividad”: separar el hecho de la opinión, la historia del reportero, la noticia del contenido editorial, con un lenguaje de “distanciamiento” del material propio respecto al tema.

Probablemente este último concepto sea el más polémico, y yo casi no podría negar que sus interpretaciones varían mucho entre los sistemas de medios existentes, incluso los occidentales. Es, sin duda, más débil en los medios de Europa que en los de Estados Unidos, por ejemplo,¹⁹ y también puede destacar menos en sistemas de medios con fuertes influencias desarrollistas. Reconociendo su carácter especialmente polémico, siempre escribo “objetividad” entre comillas a lo largo de este artículo.

Para ver algunos principios básicos ostensibles de la “economía moral del periodismo”, considérese el Nuevo Perfil Editorial promulgado por el Consejo

¹⁸ Tal vez en un sentido histórico global; o en el contexto de la evolución de las relaciones prensa-régimen en un sistema de medios nacional determinado.

¹⁹ Janos Horvát (1991, p. 196) resume las diferencias entre los modelos europeo y estadounidense de la siguiente manera: “En Estados Unidos, la mayoría de los periodistas profesionales se consideran a sí mismos pasivos o neutrales, confinados a la función de corredor neutral entre la política y la audiencia. Pero en Europa es común la idea del periodista activo o participativo, el que se ve a sí mismo como alguien que quiere influir en la política y las audiencias de acuerdo con sus propias creencias políticas. Este sentimiento es aún mayor en Europa Oriental, donde los periodistas están más cerca de los artistas y los escritores, y muchos poetas y escritores colaboran regularmente en publicaciones diarias. Junto con los periodistas, sienten una especie de vocación mesiánica: quieren convertirse en el portavoz del pueblo”. Sin embargo, para ser justos con la diversidad, no debemos hacer demasiado énfasis en ella. Si se considera que una combinación de “objetividad”, independencia del Estado y al servicio público es básica para la economía moral, es evidente en ambos sistemas. Por ejemplo, Jane Leftwich Curry (1990, p. 4) afirma que el modelo del funcionamiento profesional de la prensa que sustenta la “tradicición periodística europea” subrayaba el papel de la prensa como “una fuerza parcial que aceptó la responsabilidad por el ‘bien de la sociedad’”, una idea lo suficientemente poderosa que puede verse incluso acerca de los medios estrictamente regulados de las sociedades europeas socialistas como Polonia.

Editorial de *Barricada* y aprobado por la Dirección Nacional Sandinista en diciembre de 1990. Los redactores del perfil prometieron, entre otras cosas, dirigirse hacia:

un periodismo equilibrado que rompa con la naturaleza unilateral de la información predominante en Nicaragua. Esto es, consultar diversas fuentes al cubrir las noticias, presentar opiniones alternativas, etc., a fin de ganar credibilidad y calidad profesionales [...] Establecer una relación sólida con el público vinculado con el periódico. Sus demandas pequeñas y grandes —individuales o sociales— siempre deben recibir una atención privilegiada [...] Separar formalmente la opinión de la información, y adoptar una distancia necesaria en el tratamiento de los temas. Pero esto no implica que la información deba despojarse de toda su intencionalidad política... (*Barricada*, 1990).

En otro ambiente de medios —Sudáfrica—, el paradigmático diario en inglés *The Star* proclamó en su Código de Ética una visión que, con una excepción (así, en cursivas), era en todo sentido típica del consenso que ha surgido entre los medios de comunicación en las democracias de mercado desarrolladas:

- 1) Al reportar y comentar, *The Star* debe ser fiel, justo, honesto y directo.
- 2) *The Star* debe aspirar a ofrecer todos los aspectos de un tema, por medio de una presentación equilibrada, sin sesgos, distorsiones, énfasis excesivos u omisiones.
- 3) *The Star* debe ser independiente de los intereses gubernamentales, comerciales o de otro tipo.
- 4) *The Star* debe desenmascarar las fechorías, el abuso de poder y el sigilo innecesario.
- 5) *The Star* debe fomentar la cooperación racial y buscar una política encaminada a mejorar el bienestar y el progreso de todas las secciones de la nación... (*The Star*, 7 de marzo de 1995).

La economía moral, con su esencia epistemológica “objetiva”, responde en parte al deseo de los trabajadores de los medios por reconciliar el inevitable (y fundamental) imperativo movilizador con su deseo ético y profesional de *decir la verdad*. Como ejemplo del tipo de discordancia que puede resultar cuando se les pide a los periodistas que adecúen la realidad a los deseos de los movilizadores, piénsese en la difícil situación de la periodista Gabriela Selser, de *Barricada*, quien a principios de los años ochenta fue enviada a cubrir el destino de la población indígena de la costa atlántica de Nicaragua. Miles de miskitos estaban siendo reubicados a la fuerza lejos de la zona de guerra, en la frontera con Honduras, donde se temía que podrían ser influenciados (si es que no lo estaban ya) por las fuerzas rebeldes de los “contras”. Según Selser, los editores de *Barricada*:

me enviaron [al campamento nuevo] el día o un día después de que se había movido a la gente, supuestamente para que yo escribiera lo bonito que era [el campamento]. El problema estaba en que la gente no quería vivir allí. Las mujeres lloraban y acusaban al ejército de haberlas sacado a la fuerza de sus casas. Nos pidieron [a los periodistas] que dijéramos la verdad: que no estaban bien allí [...] Extrañaban el río, sus árboles, sus casas. Recuerdo que regresé realmente traumada. En el periódico tuvimos fuertes discusiones acerca de cómo enfocar la historia. Logramos escribir una nota en donde se daba una idea de todo, pero más o menos entre líneas, escondido. Por ejemplo, dijimos que era natural que [los reubicados] se sintieran mal, pero que se iban a acostumbrar. Nunca estuve de acuerdo con eso [el enfoque]... (Selser, 1991).

Aquí la discordancia se encontraba entre la realidad según la entendía la periodista y el “producto” editorial que se adecuaba mejor al requisito movilizador del patrocinador, en este caso el Frente Sandinista. Parece ser necesaria una epistemología racionalista o positivista (llámesele como se quiera) para que surja una crisis “económica-moral” de este tipo. *Debe existir la suposición, y la convicción profesional, de que la realidad no es maleable infinitamente.*

Sólo si esto sucede puede verse que la realidad difiere de los requisitos o preferencias del patrocinador; sólo entonces el abismo entre los imperativos movilizador y profesional puede dar lugar a la ansiedad, la inquietud o el “trauma”. En este ejemplo puede verse cuán delicada puede ser la tarea de hacer malabares con las consideraciones movilizadoras y profesionales en la labor diaria del periodismo: cuán llena de escollos está la estrategia; con cuánta facilidad puede producir tensión o discordia y, en ocasiones, conflicto franco entre los custodios de los imperativos respectivos.

Finalmente, debemos preguntarnos si este esquema puede aplicarse a los medios del Occidente desarrollado. Creo que este planteamiento es válido, tal vez no menos en las democracias de mercado que en los sistemas autoritarios (al menos, autoritarios suaves). El hecho de que los periódicos deban reportar y obtener el grueso de sus ingresos de las grandes corporaciones (por medio de la publicidad) es una situación hecha a la medida para los dilemas y los conflictos. Considérese, por ejemplo, el choque constante entre los departamentos de publicidad, que pertenecen a la categoría de los “movilizadores menores”, y los departamentos editoriales. La mayoría de los periodistas y redactores saben que el departamento de publicidad es indispensable para la existencia ininterrumpida del periódico y, por lo tanto, para contar con sus cheques puntualmente. Pero los periodistas y redactores en sistemas de mercado también suelen sentir que la publicidad —la expresión visible del imperativo de las utilidades del periódico— no es la razón fundamental por la que se lee el periódico. Cualquiera que sea la “lealtad a la marca” que la institución inspira en sus lectores, ésta proviene principalmente de los esfuerzos de redactores y reporteros. Los trabajadores de la rama editorial suelen pensar que aguantan los abusos de los “cuentachiles”.

Los críticos radicales del desempeño de la prensa occidental, en particular la de Estados Unidos, se han enfocado en los vínculos estrechos entre los periódicos más importantes y las elites corporativas o políticas. Estos críticos sostienen, según yo con mucha validez, que las presiones y limitaciones del imperativo de las utilidades no es en el fondo muy diferente, en naturaleza o impacto, de los que se ejercen en sociedades formalmente autoritarias.

Podría suponerse, entonces, que las críticas radicales minimizan la viabilidad de un “imperativo profesional” en los sistemas periodísticos occidentales. Pero es notable que, por tomar un ejemplo muy conocido, el “modelo de propaganda” de Edward Herman y Noam Chomsky (1988) no descarta la existencia o la validez de un imperativo profesional y de una “economía moral del periodismo”. Según ha escrito Chomsky (1986, p. 239):

La obediencia general de los medios [estadunidenses] no se acerca a la sumisión total, para desdicha de los “conservadores”, y existe una tradición de profesionalismo al reportar que también hace falta en gran parte del mundo. *Es igualmente probable que un periodista estadounidense haga un relato exacto de lo que vio tanto como otro en el mundo, más que la mayoría*; sin embargo, lo que buscan, y cómo lo perciben dados los antecedentes del adoctrinamiento, y lo que los editores tolerarán o seleccionarán, son cosas distintas.

No es difícil encontrar comentarios similares en el trabajo de otros críticos radicales. Por ejemplo, Michael Parenti (1993, pp. 215-216) escribe:

Los periodistas que se creen profesionales autónomos esperan informar las cosas como las ven. Si sus superiores violan con demasiada frecuencia o con excesivo descaro la apariencia de independencia periodística, puede producirse un efecto desmitificador, que recuerde al personal que no está trabajando en una institución democrática sino en una controlada desde arriba sin considerar los estándares profesionales según ellos los entienden. Para evitar que los tachen de censores o autócratas entrometidos, los editores y los jefes de las redes a menudo dan a sus organizaciones noticiosas un atisbo de independencia, confiando en las políticas de contratación, despido y promoción, así como en controles más indirectos. Pueden parecer dispuestos a hacer una que otra concesión para minimizar la cantidad de intromisión descarada. La idea de una prensa libre es más un mito que una realidad, pero los mitos pueden afectar las cosas y pueden ser una fuente

de poder [...] A veces, se puede convencer a los superiores para que hagan concesiones.²⁰

En suma, parece que un imperativo profesional no sólo figura en comentarios muy radicales o cuasiradicales, sino que en realidad constituye *el ideal mismo del funcionamiento de la prensa* que propugnan. Es el precipicio entre el imperativo profesional y el desempeño profesional que suelen atacar los críticos radicales, no la existencia o validez del imperativo en sí.

En los apartados siguientes, trato de realizar una taxonomía de las estrategias más comunes por medio de las cuales los periodistas y redactores tratan de expresar el imperativo profesional en regímenes autoritarios, y las condiciones estructurales que más probablemente promoverán dicha expresión. Sería muy engañoso extender el análisis a los medios masivos de comunicación orientados al mercado de sociedades democráticas liberales y desarrolladas, sin advertencias ni reservas. Pero también sería un error considerar que los sistemas de medios autoritarios o subdesarrollados son un tanto *sui generis*, inmutables al tipo de conflictos entre los imperativos que son más visibles en los sistemas democráticos. Más adelante regresaremos a este punto. Por ahora, la pregunta es: ¿de qué manera los trabajadores de la prensa, frente a la colección de limitaciones que acabamos de discutir, buscan contrarrestarlas con una agenda "profesional" propia?

²⁰ En otro lugar, Parenti (1993, p. 218) afirma que: "Las noticias deben empacarse de modo que 1) sean agradables para los magnates de la prensa y otras elites político-económicas, y 2) sean informativas y creíbles para el público. Pero esas dos funciones no siempre son reconciliables automáticamente". Sin querer minimizar las implicaciones de la referencia que hace Parenti a "la *apariciencia* de independencia periodística", pero su imagen de las relaciones de poder relativo, la ubicación de un imperativo preponderante (movilizador) en los "superiores", "editores y jefes de las redes" y la correspondiente ubicación de un imperativo profesional entre "periodistas" y "personal", se parecen mucho a mi propio esquema. Su reconocimiento de que esas "fuentes de poder" también existen para los custodios de este imperativo es también un correctivo útil para los análisis demasiado esquemáticos de la función de la propaganda en los medios estadounidenses.

APROVECHAR LAS DIVISIONES EN LAS FILAS DE LOS PATROCINADORES

Cuando el Frente Sandinista se dividió y se derrumbó después de su derrota electoral en 1990, su periódico oficial, *Barricada*, encontró el momento ideal para fraguar una agenda más autónoma que le ofreciera un espacio de manobra a las preocupaciones profesionales que el personal siempre había abrigado.²¹ De igual modo, en Rusia el periódico *Izvestia* aprovechó la oportunidad (y respondió al reto) presentada por el colapso de la Unión Soviética y se estableció como uno de los diarios más “profesionales” en la era posterior a los soviéticos. Los periódicos de todo el mundo buscan explotar esas fisuras en las filas de los patrocinadores a fin de ampliar la esfera profesional de sus operaciones.

¿Cuáles son las fuentes de esas fisuras? Casi siempre se trata de luchas de poder personales, pero también pueden surgir de visiones encontradas respecto a la relación entre el régimen y la sociedad civil, especialmente en lo que toca al alcance deseable de las libertades cívicas (nótese el enfrentamiento entre “duros” y “blandos” que aislaron O'Donnell y Schmitter).²²

Cualesquiera que sean sus raíces, la separación entre los patrocinadores tiene una contribución importante en periodos de liberalización y “deshielo”, casi siempre ejemplificados en los medios de comunicación antes que en los demás foros. En esos momentos, los tabúes que respaldan al régimen autoritario son de repente abiertos a la transgresión, y los periodistas se ubican a la vanguardia de la agitación social. Por supuesto, el deshielo puede desencadenar avalanchas, momento en que el analista podría, en retrospectiva, ubicar el comienzo de una transición política con todas las de la ley. No puede hacerse demasiado énfasis en que el comportamiento de los medios, en especial el de la prensa, en esos momentos puede ser crucial para la liberalización o transición en su conjunto. No cabe duda de que es importante para entender las transformaciones que esas instituciones periodísticas experimentan.

²¹ Para más información acerca de la evolución de *Barricada*, en especial de las transformaciones que sufrió después de 1990, véanse Jones, 1992, 1999b, 2001.

²² Véase O'Donnell y Schmitter (1986), especialmente el capítulo 2, “Opening (and Undermining) Authoritarian Regimes”.

EXPLOTAR UN AUTORITARISMO "SUAVE"

El autoritarismo "suave" genera una gran cantidad de retos y limitaciones —así como también numerosas oportunidades— que influyen considerablemente en la expresión del imperativo profesional. El régimen sandinista de Nicaragua, por ejemplo, fue excepcionalmente tolerante y abierto, y dio un espacio a los medios de oposición, cosa rara no sólo en los regímenes revolucionarios de izquierda del siglo XX, sino también en comparación con sociedades democráticas liberales en estado de guerra o de emergencia nacional. El efecto sobre el órgano oficial del FSLN fue multifacético. El periódico fue capaz de desarrollar su propia identidad profesional y de negociar, con éxito, con los líderes del Frente a fin de obtener más espacio institucional para expresar dicha identidad. Esas negociaciones presagiaron las transformaciones más espectaculares que sucederían en enero de 1991; difícilmente habrían sido toleradas, por ejemplo en la Cuba de Castro, la sociedad revolucionaria de izquierda más cercana a Nicaragua, tanto en lo geográfico como en lo político.

En la época del *apartheid*, Sudáfrica también podría clasificarse como un autoritarismo "suave", al menos en lo que respecta a la prensa en inglés de la oposición de los blancos. En efecto, fue seria y sistemáticamente reprimida, lo que debilitó el desarrollo de una prensa negra independiente. Pero el grado de libertad que el régimen le permitió a la oposición intraelite fue, de nueva cuenta, algo poco usual para un sistema autoritario. Es casi seguro que fue decisivo para posibilitar que la prensa desempeñara el papel que tuvo al confrontar el *apartheid* y desarrollar un "modelo inglés" de periodismo democrático liberal.

Asimismo, el estudio de caso de Jordania merece el título de "autoritario suave". Incluso antes de 1989, el país era conocido como uno de los más liberales en el mundo árabe, tal vez igualado sólo por Kuwait y el Líbano prebélico. Esto fue vital para permitir que la prensa afiliada al régimen diera pasos titubeantes en busca de mayor independencia, lo que permitió el surgimiento de periódicos populares y medios de partidos políticos después de la liberalización que comenzó en 1989 (Jones, 1997).

"SUBIRSE AL TREN"

Cuando aparecen impulsos reformistas en los sistemas autoritarios —si los "blandos" se imponen sobre los "duros", por lo general como reflejo de una oposición popular fuerte y mucho descontento—, entonces los periódicos y su personal estarán listos para aprovechar esas oportunidades con objeto de reducir las consideraciones movilizadoras y de ampliar el alcance del imperativo profesional. Con frecuencia tratarán de "subirse al tren" de las fuerzas de la reforma, aunque mediante una variedad de estrategias manifiestas y codificadas. Por ejemplo, los periodistas pueden citar selectivamente ejemplos del pasado mitológico a fin de alinearse, ante los ojos de los lectores, con elementos reformistas o liberales. (Por supuesto que también pueden alinearse con elementos más reaccionarios, pero yo diría que no con base en el principio profesional.) En los casos más conocidos, la Unión Soviética y China, las complejidades lingüísticas de esas estrategias produjeron toda una industria artesanal dedicada a leer las hojas de té de la prensa "totalitaria", buscando grietas en el edificio de la elite.

Otra táctica de "subirse al tren" que se debe tener en cuenta es la explotación de una relación privilegiada con un actor poderoso o dominante del régimen, usualmente expresada en la relación entre el actor y el director o jefe de redacción del órgano de prensa. En su análisis de la prensa rusa, *The Russian Press from Brezhnev to Yeltsin*, John Murray cuenta una anécdota interesante acerca de cómo la influencia personal puede permitir que, cuando menos, los jefes de redacción hagan caso omiso de los requisitos movilizadores y preparen el terreno para que otros hagan lo mismo. El ejemplo se tomó del periódico *Komsomolskaya Pravda* a principios de la época de Kruschef (1957). Murray (1994, p. 63) escribe:

Un periodista, [Alexander] Krivopalov, trabajaba como redactor en la sala de redacción cuando llegó a su escritorio un comunicado de TASS [la agencia noticiosa del Estado], el cual habría llenado toda una página del periódico. Por costumbre, los comunicados de TASS siempre se habían publicado

completos, y en la página y el lugar de la página indicados en la nota de TASS. Cuando estaba a punto de proceder, Krivopalov fue interrumpido por el editor, yerno de Kruschef, [Alexei] Adzhubei, quien vio el aviso oficial y manifestó su indignación por tener que dedicarle tanto espacio. Entonces, le dijo a Krivopalov que recortara la noticia a una quinta parte antes de imprimirla. Krivopalov lo hizo, no sin recelo. El resumen editado apareció y ni Adzhubei ni Krivopalov fueron despedidos, probablemente gracias a la posición privilegiada de Adzhubei en ese entonces, según Krivopalov. Posteriormente, otros periódicos siguieron su ejemplo y, pronto, TASS comenzó a reducir sus comunicados.

Adzhubei luego fue editor de *Izvestia*, donde las “relaciones familiares cercanas entre Kruschef, el máximo líder en ese momento, y nuestro jefe de redacción”, le dieron al periódico más influencia y espacio de maniobra, según lo recuerda el gran escritor político Stanislav Kondrashov (1997).

El papel que desempeñaron los editores del *People's Daily* en China durante los acontecimientos de la Plaza Tiananmen de 1989, cuando “la herramienta más importante de propaganda del Estado emergió prácticamente como un emblema de rebelión”, fue posible gracias a la excepcional confianza que se le extendió al portavoz consagrado del partido. Con el tiempo esto se manifestó en un grado de separación estructural entre el patrocinador y la institución, una autonomía parcial pero desusada que el *People's Daily* posteriormente utilizó para exigir un periodismo más profesional y un reformismo político que lo consolidarían. El cuidadoso estudio de Frank Tan se enfoca en los aspectos correctos del funcionamiento institucional, según mi opinión, y llega a conclusiones en apariencia congruentes con los argumentos que ya se han adelantado aquí:

A fin de entender la manera en que la discordancia con la línea del partido podría manifestarse en el *People's Daily*, es necesario conocer un poco las operaciones internas del periódico antes de que se suprimiera el movimiento estudiantil y la correspondiente represión de la prensa en general. Un principio subyacente importante en el *People's Daily* ha sido siempre que

el personal editorial destacado, desde el jefe de redacción y sus colaboradores hasta los jefes de departamento y los redactores encargados de armar las páginas específicas, han tenido más autoridad y poderes discrecionales de lo que se esperaba. En efecto, asistían a reuniones y consultas regulares con autoridades de propaganda, recibían indicaciones y orientación de materiales escritos y, con frecuencia, se les daban instrucciones específicas de publicar ciertas cosas, pero los editores tomaban la mayor parte de las decisiones cotidianas acerca de dónde y cómo usar sus reportajes.

Según Tan, "la libertad para las opiniones editoriales construida dentro de la organización de trabajo en el *People's Daily* dejaba lugar para que los editores se alejaran de la línea oficial. Sin embargo, rara vez lo hacían, porque su capacitación, socialización y posiciones los convertían en propagandistas incondicionales, leales y devotos. Pero en la primavera de 1989 había surgido una situación radicalmente diferente", que había acercado a periodistas y redactores a una orientación mucho más activista y que, incidentalmente, planteaba la pregunta de cuán "incondicional" y "devota" era realmente la lealtad hacia sus patrocinadores.²³

EXPLOTAR LA DIMENSIÓN EXTRANJERA

La agenda movilizadora que un patrocinador autoritario concibe para sus medios de comunicación puede sufrir revisiones importantes (y una disminución significativa en su intensidad) cuando se espera que el periódico o la estación de radio o televisión movilice a poblaciones en el extranjero o a expatriados nacionales, y no a la masa de la población natal. En estos casos, puede tolerarse mucha libertad profesional y semiautonomía institucional. A su vez, esto puede atraer a periodistas y redactores que desean ejercer un periodismo menos restringido. Un ejemplo paradigmático es el periódico en inglés *Moscow News*, establecido en la década de los años treinta como "un periódico 'tipo estadounidense' dirigido a los miles de especialistas estadounidenses y de otras nacionalidades

²³ Todas las citas de este análisis del *People's Daily* fueron tomadas de Tan, 1990, pp. 158, 161.

atraídos a la Unión Soviética durante el periodo de industrialización rápida ordenado por el primer Plan Quinquenal". Con la censura soviética, el periódico degeneró en una publicación "constantemente parcial, llena de lugares comunes, orientada al extranjero, decididamente optimista y, según todos los criterios, muy torpe". Pero bajo la dirección del jefe de redacción que nombró Mikhail Gorbachev, Yegor Yakovlev, el *Moscow News* fraguó una "transformación verdaderamente monumental" que lo convirtió en la innegable publicación de vanguardia de la era del *glasnost*, el rostro que el nuevo régimen decidió presentar a todo el mundo y (por medio de su edición en ruso) también a la *intelligentsia* nacional (Schillinger y Porter, 1991, pp. 126, 130).

Después de todo, si bien deben mantener una congruencia entre su contenido editorial y los requisitos movilizados de su patrocinador, las publicaciones orientadas al extranjero también deben ser creíbles ante la audiencia internacional que buscan movilizar, por lo común más discriminadora. Es probable que dicha audiencia tenga acceso a una gama mucho más amplia de fuentes de información, lo que agrega una dimensión competitiva al medio en idioma extranjero que no existiría dentro de la sociedad autoritaria misma. En general, es más capaz de reconocer los dispositivos movilizados desplegados para el consumo interno y, por lo mismo, de rechazarlos. La mayor libertad de acción otorgada a los medios dirigidos al extranjero también se refleja muy bien en el patrocinador internacional, lo que sugiere una política de medios más liberal (y, por lo tanto, un sistema político más libre) de la que en realidad existe.

Pero no debe subestimarse el papel que estos medios desempeñan dentro de su país. Si se dispone de medios impresos de este tipo en el país, los leerá la elite culta (que habla la lengua extranjera). Por lo general, esta elite es el sector más leal de la sociedad: de seguro que no consiguió su lugar privilegiado siendo disidente. Las publicaciones dirigidas al extranjero pueden ser una manera importante de satisfacer las necesidades de información más exigentes de las elites nacionales, al tiempo que limitan el acceso de los sectores populares menos leales, aunque, en la práctica, esta división no pueda marcarse con tanta facilidad.

Además, las publicaciones orientadas al extranjero suelen tener una mayor libertad para *reimprimir* material de periódicos extranjeros, especialmente

cuando (como sucede en la mayoría de las sociedades autoritarias) las fuentes materiales son limitadas y es insuficiente el número de periodistas que hablan un idioma extranjero. Los modelos extranjeros de periodismo profesional, por lo tanto, tienen un punto de entrada a la sociedad autoritaria que de otro modo estaría ausente. Un periodismo más profesional, creíble e independiente de lo que en general existe dentro del país (aunque con sus limitaciones y sesgos) puede ser una presencia *de fondo* constante para los periodistas que trabajan en sociedades autoritarias o subdesarrolladas. El hecho de que dentro del país sólo se apruebe un modelo de la relación movilizador-profesional tal vez no descarte otras influencias, o el atractivo profesional que los periodistas sienten hacia ellas. Éste puede ser un factor significativo al tratar de explicar el sorprendente surgimiento de modelos alternativos (por lo común occidentales) de periodismo profesional en condiciones autoritarias.

Una variable ambiental importante es el grado de penetración de los medios de comunicación extranjeros, generalmente la radio y la televisión. Cuando dicha penetración es significativa, es posible que los medios nacionales en sociedades autoritarias exijan más autonomía institucional, y libertad de ciertas restricciones movilizadoras, a fin de organizar un reto competitivo en defensa del régimen. Por ejemplo, los medios de comunicación en la provincia china de Cantón y en la zona económica especial de Shenzhen han solicitado ese privilegio desde hace mucho tiempo, por estar tan cerca de Hong Kong y puesto que las poblaciones de ambos lados de la frontera tienen acceso a la radio y la televisión más abiertas de la antigua colonia británica. En Cuba, Susan Eckstein (1994, pp. 25, 98) escribe que cuando Radio Martí, patrocinada por la CIA, comenzó a transmitir hacia la isla en 1985, "la competencia extranjera provocó que el Estado controlara menos la programación de la radio que la de otros medios [lo que ocasionó que] las estaciones cubanas transmitieran programas más diversos e informativos que en años anteriores [incluidos] esos en los que el público participa por teléfono [...] donde las personas podían expresar sus quejas".²⁴

²⁴ La radio polaca durante el régimen comunista "presentaba un programa semanal con lo más destacado de las transmisiones de Radio Europa Libre", un reconocimiento tácito del atractivo de esa estación (Johnson, 1998, p. 110).

En la época de las transmisiones vía satélite y la internet, los límites entre los medios de comunicación “nacionales” y los “extranjeros” se están desgastando todo el tiempo, lo cual podría ponerle frenos intrínsecos a los sistemas autoritarios. China aprobó varias leyes en 1990 y 1994 para prohibir el uso de antenas parabólicas que captaran transmisiones extranjeras y exigir que todas las antenas tuvieran un permiso. Pero “a mediados de 1994 las autoridades no habían acusado a ninguna persona conectada a una antena” y la política sobre internet (según surgió a principios de 1998) sorprendió a muchos observadores por el aparente reconocimiento de que el control efectivo no estaba en manos del régimen. Mientras tanto, la saturación de hogares chinos con televisores y videocaseteras “significó que no había límites para lo que la gente podía ver —desde pornografía y programas estadounidenses de policías hasta videos musicales de MTV y películas de artes marciales— en sus propias casas” (Schell, 1994, pp. 307-308). Del mismo modo, en la “sociedad totalmente islámica [de Arabia Saudita] las antenas captan con libertad programas de televisión estadounidenses de segunda categoría [...] para verlos en privado. ‘La televisión vía satélite ya está aquí —dijo un alto funcionario saudita—, y el gobierno volteo para el otro lado’ ” (Jehl, 1996).

PRESENTAR AL IMPERATIVO PROFESIONAL COMO UN CAMINO
HACIA LA ESTABILIDAD DEL SISTEMA

La manera más común en que los trabajadores de la prensa ayudan a reconciliar los imperativos movilizador y profesional en condiciones autoritarias es subrayando la importancia de éste sobre aquél. En particular en lo que se refiere a las notas económicas, que los regímenes consideran más “objetivas” y menos delicadas políticamente, periodistas y redactores pueden ampliar la esfera del periodismo profesional haciendo énfasis en la importancia de un reportaje preciso para la estabilidad del sistema. En consecuencia, puede decirse que los reportajes imprecisos y excesivamente movilizados son desfavorables para el “interés nacional”, es decir los intereses del régimen. Incluso la prensa china posterior a la campaña de los años noventa, por ejemplo, resultó ser flexible “a

la necesidad de reportar noticias creíbles”, en vista de la volatilidad del auge de los mercados bursátiles de Shenzhen y Shanghai. Los periódicos y las revistas de negocios florecieron cuando se ampliaron esos parámetros, delimitando un territorio mucho menos movilizado políticamente que los medios chinos más comunes (Jernow, 1993, p. 85).²⁵ La atención a los valores y estándares esenciales para que el reportaje de negocios sea sólido —como las fechas de cierre y la exactitud— puede tener un efecto indirecto, al afianzar esos valores con mayor seguridad en la cultura periodística. En la antigua Unión Soviética, Mikhail Gorbachev vinculó abiertamente la necesidad del *glasnost* con el lamentable estado de la economía soviética, uniendo la necesidad de información más precisa y confiable y canales de comunicación con la estabilidad del sistema en su conjunto. La “liberalización controlada” del *glasnost* se salió del control del régimen; sin embargo, cuando se dieron a conocer malos manejos económicos y corrupción, éstos se convirtieron en discusiones de modelos económicos alternativos, y posteriormente en temas aún más delicados de la historia soviética y la mitología del Estado socialista.

BUSCAR LA SALIDA

Es bueno que se olviden de uno de vez en cuando.

Dimitry Babich (1997), TV-6, Moscú

Cuando ya no es posible aguantar la discordancia entre las expectativas movilizadoras de un patrocinador y los deseos profesionales de los periodistas, aparece la opción del exilio voluntario. Fuera del país, los periodistas pueden decidirse por establecer medios de comunicación que busquen socavar el imperativo movilizador que los sacó de su patria. Londres, por ejemplo, es el hogar de un “creciente mundo de periodismo árabe en el exilio, [que ha convertido a la ciu-

²⁵ Dimitry Murzin, jefe de redacción de *Financial Izvestia* y antiguo reportero de la prensa económica soviética, dio un argumento similar en el contexto del *glasnost*. Las publicaciones independientes se habían levantado en un inicio casi sólo por los anuncios, “pero una vez que obtuvieron los medios, empezaron a publicar también otro tipo de información, no sólo anuncios” (Murzin, 1997).

dad en] su centro de operaciones" (Ibrahim, 1997). Pero el exilio es apenas la forma más dramática de evadir las limitaciones movilizadoras. Un periodista con una agenda diferente —no necesariamente demasiado profesional— de la del régimen puede buscar un medio marginal que probablemente no atraiga tanto la atención del régimen. En algunos casos, los reporteros que tienen mucha facilidad de palabra y desean practicar un periodismo más profesional —al tiempo que amasan más dinero y prestigio— pueden buscar colocarse como corresponsales de medios extranjeros. En muchos casos, este trabajo será parcial, lo que le proporciona una importante fuente secundaria de ingresos, así como el espacio profesional que no tendría en el ambiente de los medios de comunicación nacionales. En China, Orville Schell señala que, después de Tiananmen, las publicaciones extranjeras se convirtieron en lugares que el régimen aprobaba tácitamente para los escritores que estaban en las listas negras del país, incluso para aquellos que se distanciaban radicalmente de las autoridades en el poder. "Al Partido le parecía que escribir para publicaciones fuera de China era como exportar desecho industrial tóxico: mejor botarlo hacia fuera que guardarlo en China" (Schell, 1994, p. 301).²⁶

Otra opción es el *samizdat*: trabajos distribuidos por medios clandestinos, a menudo con pena de prisión o muerte. Este tipo de trabajos llamados también "de segundo círculo", por lo general son producidos y distribuidos anónima o semianónimamente.²⁷ Permiten que los periodistas, y los intelectuales, produzcan material más congruente con sus estándares profesionales o prioridades políticas personales. Las condiciones estructurales que dan lugar a estos trabajos clandestinos varían mucho y determinan los medios particulares elegidos. En la Unión Soviética, durante el gobierno de Brezhnev, la norma eran

²⁶ En Jordania, Rana Sabbagh apuntó: "Como están las cosas ahora, muchos periodistas sienten que el papel de la prensa [...] en muchos casos se ha reducido a una especie de trabajo de relaciones públicas, donde un reportero debería ser cuidadoso de no revelar algo que pudiera ofender a los funcionarios gubernamentales o a ciertos jefes de departamento. Como resultado directo, muchos buenos reporteros se sienten forzados a abandonar la prensa local y unirse a medios árabes o internacionales, donde se sienten queridos y respetados, en lugar de quedarse en la prensa local y esperar que la situación mejore" (Sabbagh, 1985).

²⁷ "Segundo círculo" era el término polaco para la "prensa clandestina [que] hacía circular millones de copias a la semana durante los años ochenta" en el inusitadamente abierto ambiente de la ley marcial. Véase Johnson, 1998, p. 110.

los tiros cortos, los arrestos regulares y los moderadamente altos niveles de vigilancia estatal. Pero las sanciones no eran tan brutales como para suprimir del todo las publicaciones clandestinas, e incluso es posible que el Estado optara por que este canal, aunque marginal, existiera como una especie de válvula de escape social. Asimismo, en China después de Mao y antes de Tiananmen, una “galaxia de editoriales y distribuidores subrepticios llamados el ‘segundo canal’” proliferó junto con otras oportunidades lucrativas en la época de Deng Xiaoping. En lo que respecta a la distribución, el segundo canal se asemejaba a “un gigantesco ‘sistema de riego’ clandestino que marcaba el país con una compleja red de empresas interconectadas capaces de entregar el producto en las manos de miles de puestos comerciales al aire libre con una velocidad sorprendente”. Si bien la mayoría del material que se distribuía de esta manera eran publicaciones sensacionalistas, novelas románticas o pornografía, periodistas y otros intelectuales también podían explotar el “segundo canal” como un medio para evadir uno de los principales medios de control del régimen sobre la comunicación en la sociedad: su monopolio editorial. En opinión de Orville Schell, un libro formalmente prohibido por las autoridades chinas lograba, de todos modos, vender uno o dos millones de ejemplares.²⁸

El caso sudafricano ofrece otro ejemplo curioso de la estrategia de “salida”. *Vrye Weekblad*, el periódico alternativo en afrikaans, fue fundado por un consorcio de periodistas y redactores afrikáners progresistas, quienes rechazaron los subsidios indirectos del régimen de los que gozaban casi todos los medios afrikáners para defender su proyecto político contra al *apartheid* y ejercer un periodismo menos comprometido con los grupos del régimen. Max du Preez, editor del *Vrye Weekblad*, dijo que su “conversión al camino a Damasco” le llegó cuando estaba encargado de cubrir las actas del parlamento dominado por los nacionalistas en 1977. “Me sentaba a oír a un nacionalista tras otro. A lo largo de unos seis meses, me di cuenta de que mi pueblo estaba enfermo y en bancarrota moral y que ya no había nada de lo cual estar orgulloso.” Muchos periodistas y redactores afrikáners habían estado descontentos con los compromisos políticos y profesionales que implicaba trabajar para instituciones

²⁸ Esta descripción del “segundo canal” fue tomada del capítulo 27 de Schell, 1994, pp. 293-310.

pronacionalistas, dijo Du Preez; pero hasta la fundación de *Vrye Weekblad*, “nuestra única opción [era] acudir a los periódicos en inglés” (Du Preez, 1990, pp. 54, 56). Por desgracia, el proyecto no fue viable comercialmente.

Pero en términos humanos, lo más impresionante son los casos en que periodistas y redactores renuncian, o se involucran en actividades que casi siempre provocarán su expulsión, sin tener una vía de “salida” clara que les ofrezca una supervivencia alterna viable. Tal fue el caso de Polonia después del colapso de Solidaridad en 1980-1981. Jane Leftwich Curry escribe que las acciones de los periodistas “durante el periodo de Solidaridad parecían tan amenazadoras y poderosas a los ojos de los gobernantes, que los periodistas, como grupo, fueron directamente atacados en las primeras declaraciones de la ley marcial. Más de una tercera parte de los periodistas de Polonia en esos primeros días fueron despedidos de sus trabajos o se les negó seguir trabajando como antes al retirar la libertad de medios” (Curry, 1990, p. 2).

SABOTAJE, ALEGORÍA, SILENCIO

El sabotaje de las operaciones materiales o del contenido editorial de un periódico funciona como un escape “creativo” para el personal malicioso. Pero también puede tener como objetivo minar el imperativo movilizador de los patrocinadores, y adueñarse de un espacio político y profesional para los periodistas. Una estrategia común en regímenes autoritarios es insertar un mensaje en clave en el periódico, como sucedió, después de Tiananmen, cuando un periodista chino presentó un poema en el *People's Daily* (edición para el extranjero) que contenía el acróstico: “Li Peng, baja para aplacar la indignación del pueblo” (Jernow, 1993, p. 79). En el estudio que he realizado del periódico sudafricano *The Citizen*, he aislado varios casos de travesuras intencionadas que parecen haber estado encaminadas también a socavar la “línea” progubernamental del periódico (Jones, 1998, p. 334 [n. 34]).

Una variante de esta estrategia es adoptar un estilo periodístico complejo y a menudo alegórico. Dependiendo del espacio de maniobra que ofrezca el régimen autoritario, que incluso en ciertos autoritarismos “duros” no es desdeñable, éste puede permitir que el periodista explore y exprese una perspectiva más crítica y autónoma. De hecho, el lenguaje intrincadamente codificado o “esotérico” que requiere esta estrategia,²⁹ y los entendidos tácitos personales que crea en los lectores regulares, también puede convertirse en un “pegamento” poderoso que une a la institución con la sociedad civil. Tal vez en contra de lo que diga la intuición, esas estrategias pueden poner a punto las habilidades profesionales a las que, también, puede recurrirse cuando el ambiente político en general sufre una transformación. El intelectual socialista ruso Boris Kagarlitsky abordó esos temas en una entrevista (1997), al mencionar “algunos elementos de sofisticación intelectual soviética” que en realidad eran *animados* por la intensidad del imperativo movilizador en el comunismo:

Cualquiera que sea tu opinión acerca de la censura —o tal vez *gracias* a la censura—, la prensa soviética ha sido mucho, pero mucho más sofisticada que la de Occidente. Si querías decir algo que no encajaba del todo con la línea, tenías que encontrar maneras muy sofisticadas de decirlo [para que] los lectores lo entendieran y los censores nunca pudieran agarrarte. Las alegorías, por ejemplo, pero con un buen estilo literario. Podías ser muy concreto, muy abierto, pero nunca primitivo o sencillo. El entrenamiento literario de los periodistas era excelente.

El estudio de Curry sobre la prensa polaca durante el socialismo de Estado también encontró que los periodistas eran partidarios de los *feuilletons*,³⁰ “vehículos para la discusión encubierta de temas teóricos o políticos en donde el autor no tiene que decir explícitamente el problema, su posición o sus reco-

²⁹ “Muchos observadores subrayan la comunicación esotérica como una estrategia de protesta y subversión en contra del régimen” (Hall y O’Neil, 1998, p. 129, citando a Norman Manea, *On Clowns: The Dictator and the Artist*).

³⁰ Aparentemente del francés *feuilletons* (folletín).

mendaciones". Uno de sus entrevistados sostiene que al utilizar esas estrategias, el periodista:

Se vuelve más hábil, trata de engañar al censor, le guiña el ojo al lector, usa artimañas, alusiones, juegos de palabras. Algunos lectores, conscientes de esta situación, buscan y aprecian esas alusiones. Me enorgullezco de que, a lo largo de muchos años en la lucha periodística, he educado a un grupo de lectores que pueden entenderme. Esto se ve en las numerosas cartas que recibo (Curry, 1990, p. 192).

Piénsese, también, en la prensa inglesa liberal que ocupó una posición curiosa en la época del *apartheid* en Sudáfrica: estaba demasiado arraigada en la elite económica y social para ser eliminada, pero se oponía verbalmente a la variante afrikáner del régimen de los blancos. Puesto que era el único medio casi de oposición cuya existencia se permitía durante el *apartheid*, los periódicos ingleses también adoptaron un lenguaje subversivo complicado. Todos los medios que adoptaron estrategias de ese tipo regresaron, en un sentido clave, a los primeros florecimientos del periodismo moderno, y a sus constantes batallas con la policía y los agentes de la censura de los órdenes políticos represores. Uno de los principales editores de la época del *apartheid*, Ken Owen, reconoció todo esto al recordar en 1997 que "Si se era lo suficientemente listo y se pedía la ayuda de Thomas More, Thomas Jefferson y Mahatma Gandhi, el lenguaje proporcionaba los medios para decir, con insinuaciones, ironías, hipérbolos o analogías, lo que se quisiera decir. Escribí, o traté de escribir, entre líneas" (Owen, 1997).

Lo contrario de esta plétora de verborrea es sencillamente... el silencio. Por sí solo puede ser elocuente, como apuntó Ryszard Kapuscinski (1994, p. 312) en la Unión Soviética antes de la *perestroika*: "La gente expresaba su opinión con el silencio, no con palabras. La manera en que callaba era significativa y decía mucho". El periodista se retira de la noticia o del ritmo diario, casi siempre, tal vez porque la tarea de ajustar la realidad a los requisitos movilizadores se vuelve demasiado desalentadora. Finalmente, un periodista en condiciones

autoritarias puede tan sólo entregarse a la discordancia de su puesto: racionalizarlo hasta cierto punto, al tiempo que alberga distintos grados de cinismo privado. “La gente ha vivido con la contradicción entre lo que sabe y piensa, por un lado, y lo que escribe y publica, por otro —explicó un editor chino— [...] A veces nos anestesiarnos. No nos permitimos pensar esos temas.” Como dijo otro empleado: “Por dentro, los periodistas pueden sentir mucho conflicto. No quieren escribir propaganda. Pero la fuerza de un individuo es muy pequeña”.³¹

TRES SISTEMAS

El análisis del funcionamiento de la prensa en términos de “imperativos” constitutivos y, a menudo, opuestos no deja ver hasta dónde éstos se entrecruzan en la práctica diaria: donde la estabilidad institucional es la meta, y el resultado, más común. Casi siempre, los diarios de todo el mundo son una institución como cualquier otra; y, por definición, las instituciones exhiben un alto grado de cohesión ideológica y un propósito movilizador común. Además, el tratar de definir los lugares particulares de los imperativos movilizador y profesional no debe ocasionar que pasemos por alto las áreas en donde lo estructural y lo conceptual se traslapan. El periodista puede sentir una especie de orgullo y mérito “profesional” en la ubicación relativa que su medio tiene en el mercado. De igual modo, los patrocinadores pueden ver con placer el grado de independencia editorial dentro de la empresa: sentir gratificación, por ejemplo, por una “primicia” de investigación, y defender a los periodistas de las presiones y las protestas de fuera, incluso si esto ocasiona que una corporación retire su publicidad o que un montón de suscripciones sean canceladas.

Aun así, las distinciones y divisiones que se han propuesto aquí nos llevan a un retrato del funcionamiento de la prensa. Por todas sus partes confusas, el análisis del imperativo movilizador *versus* el imperativo profesional, cuando se toman en cuenta las variables “metaambientales” del nivel de desarrollo y la cultura de medios, nos permite hacer comparaciones tentativas entre institu-

³¹ Ambas citas provienen de Jernow, 1993, p. 77.

ciones que de otro modo tendrían una naturaleza y un funcionamiento muy distintos. En consecuencia, termino este artículo tratando de hacer un modelo de los imperativos y las variables planteadas hasta el momento, reconociendo, al mismo tiempo, las dificultades y ambigüedades que quedan pendientes.

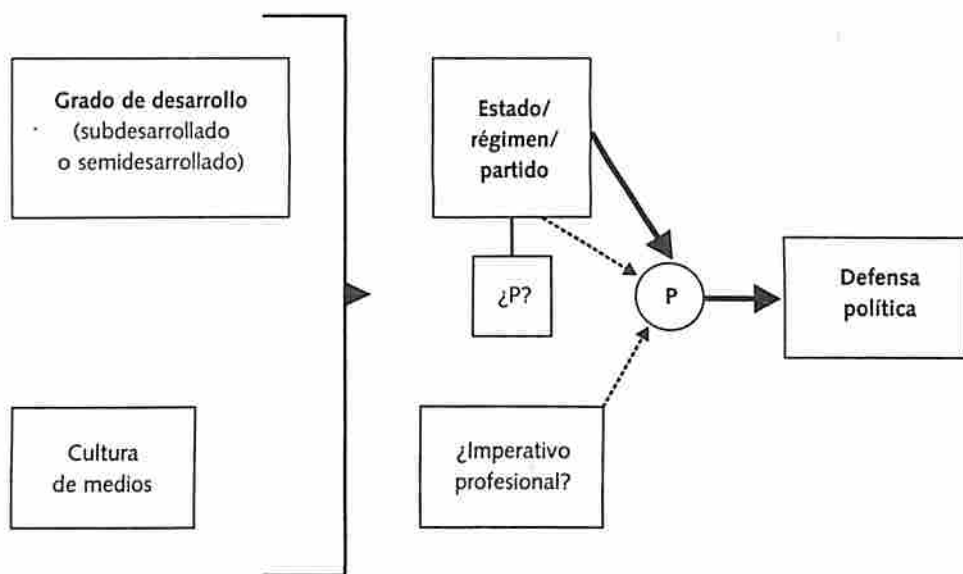
Comienzo por dividir los sistemas de medios en el mundo en tres tipos generales, colocados a lo largo del eje del autoritarismo del régimen. Clasifico al autoritarismo como una variable ambiental y divido sus vástagos en tipos “duro” (Sistema A) y “suave” (Sistema B). También se introdujeron dos variables “metaambientales”: los niveles de desarrollo y la cultura de medios. Es obvio que la primera tiene implicaciones fundamentales para los recursos, materiales y profesionales, de que dispone el periódico, y también los recursos —las promesas y los garrotes— de que dispone el Estado o régimen. Mientras tanto, la cultura de medios puede desempeñar un papel significativo para determinar si se manifiesta o incluso concibe un “imperativo profesional” en esos sistemas autoritarios. Un tercer modelo básico para los medios es el que se propone como Sistema C: la prensa democrática liberal orientada al mercado de Occidente desarrollado.

Este esquema no es del todo adecuado, incluso como marco general. Cuba, por ejemplo, se clasifica como un sistema de medios autoritario duro, puesto que todos los medios están bajo el control directo y la administración del régimen, y los medios de oposición circulan sólo clandestinamente. Esto refleja que el régimen vigila de igual modo la actividad política en el país. Sin embargo, las sanciones que se imponen a los opositores del régimen son comparativamente leves y la apertura de la comunicación informal fuera de los canales del régimen es sorprendente. En efecto, la represión de los medios y discursos en Cuba no alcanza los niveles de Irak o Rusia con Stalin o, para el caso, de Guatemala y El Salvador en los años ochenta, donde había menos limitaciones formales del Estado, pero reinaba el terror absoluto del Estado. De igual modo, ¿dónde se clasificaría a la Nicaragua sandinista, un país cuya experiencia entre 1979 y 1990 fue sin duda democrática, pero que también presentó algunos rasgos clásicos de sistemas autoritarios? ¿Y qué decir del esquizoide ambiente de medios que produjo: la existencia de una prensa opositora a la que se le otor-

gaba una desusada libertad en tiempos de guerra, pero también un sistema de censura del régimen? ¿Y qué con Sudáfrica, donde el régimen del *apartheid* aparentemente adoptó una posición autoritaria “suave” hacia los medios de la elite inglesa, pero una posición mucho más “dura” y clásica hacia la prensa negra independiente? ¿O de Colombia y México, donde un régimen superficialmente democrático y civil se hace de la vista gorda ante los abusos cometidos por sus propias fuerzas de seguridad y donde los actores que no pertenecen al régimen (guerrilla, narcotraficantes, grupos paramilitares) imponen limitaciones a los medios, que recuerdan a sistemas autoritarios mucho más clásicos? Surgirán más salvedades a medida que avancemos; pero procedamos, con el debido cuidado, a mostrar un modelo del primero y más restrictivo de nuestros sistemas de medios: el Sistema A.

SISTEMA A: AUTORITARIO DURO

Ejemplos: la Unión Soviética con Stalin, la Alemania nazi, El Salvador y Guatemala (décadas de los setenta y de los ochenta), la República Popular China, ¿Cuba?, Corea del Norte, Irak.



En este modelo las letras negritas y las líneas ininterrumpidas indican una influencia directa y la fuerza del movilizador sobre el funcionamiento institucional del periódico (P) y su producción editorial. En este caso, el principal patrocinador y movilizador es el Estado, el régimen o el partido en el poder. En la actualidad, los "niveles de desarrollo" posibles dentro de este modelo (que refleja la variable ambiental general) parecen limitarse al mundo subdesarrollado o semidesarrollado, si bien varias monarquías productoras de petróleo de Medio Oriente son anomalías y la historia (como el caso de la Alemania nazi) nos recuerda que el modelo también puede afianzarse en los países más desarrollados del planeta. Los estados autoritarios "duros" que presentan grados *sustanciales* de industrialización, o antecedentes sólidos de acuerdo con otros indicios de desarrollo (expectativa de vida, educación, salud), son bastante más comunes: la Unión Soviética en la época de Stalin, China e Irak podrían ser ejemplos de este contexto. Sin embargo, el subdesarrollo es lo que se vincula con mayor frecuencia con el autoritarismo del régimen en cuestión. El uso sistemático de la violencia y de la represión a menudo busca mantener a un régimen en el poder a través de una época en la que no hay mucha movilidad, salvo para los escuadrones de la muerte y los transportes blindados.

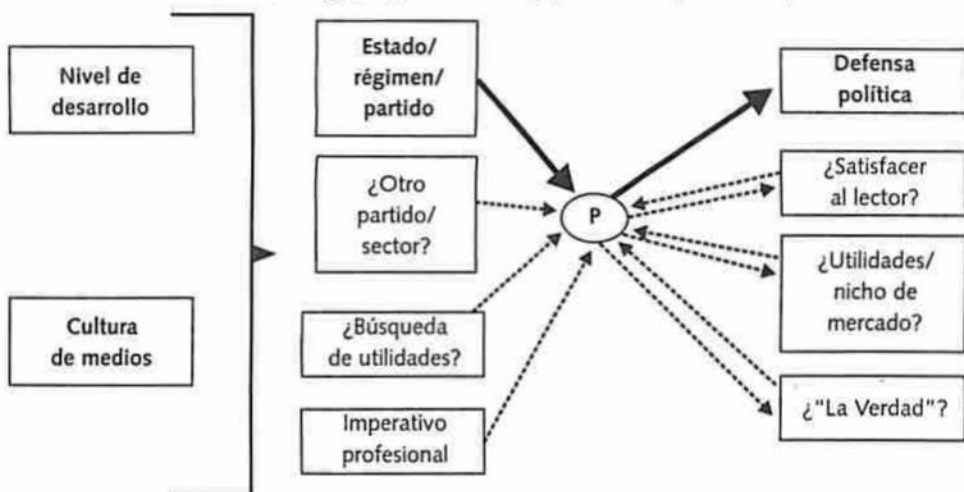
El tipo de letra normal utilizado para el imperativo profesional en el modelo, y las líneas punteadas que lo conectan con el periódico, sugieren el futuro probable de las instituciones periodísticas en condiciones de autoritarismo duro. El espacio concedido al imperativo profesional suele ser mínimo y, a veces (como sucedió con Stalin y con Saddam Hussein), prácticamente nulo. Pero hay excepciones: estados autoritarios duros en donde una prensa independiente puede perseverar ante un régimen salvaje y su violencia, como en Guatemala y El Salvador durante sus guerras civiles. No obstante, esa supervivencia es sumamente dependiente y de corta duración. Sin tomar en cuenta las anomalías, en su inmensa mayoría el "producto" editorial más común de dichos sistemas autoritarios duros es una defensa política ciega en favor del Estado o régimen. A cambio de sus labores de propaganda, la institución y su personal reciben todo lo necesario para su supervivencia y, a menudo, los atractivos beneficios adicionales reservados para los servidores incondicionales del sistema. Por lo general,

aunado con bajos niveles de desarrollo, el modelo garantiza una integración total o casi total de los medios con los requisitos movilizadores y la burocracia administrativa del régimen (de ahí la “¿P?” vinculada con el bloque Estado/régimen/partido). Otros “productos” posibles —atención a los derechos de los lectores, o a la posición en el mercado, o simplemente a “La Verdad”— son en gran medida irrelevantes.

Sin embargo, no debe pasarse por alto la posibilidad de que modelos alternativos de periodismo profesional puedan preexistir en el régimen autoritario duro, o filtrarse por diversos medios desde el extranjero. Pese a que las condiciones evitan su posterior exploración o implementación, pueden servir como modelos “latentes” a los cuales recurrir cuando cambian las condiciones. Lo contrario también puede ser cierto: la cultura preexistente puede fomentar el modelo autoritario del funcionamiento de los medios introducido por el régimen autoritario duro, como efectivamente sucedió en Rusia con Stalin, por ejemplo. Por lo tanto, incluyo la “cultura de medios” como una variable ambiental en el modelo, y la acompaño con un imperativo profesional rudimentario.

SISTEMA B: AUTORITARIO SUAVE

Ejemplos: México (PRI), Jordania, Nicaragua sandinista, Argelia, Rusia después de la Unión Soviética, Singapur, Sudáfrica (época del *apartheid*).



El Sistema B es quizás el modelo más amorfo de los tres. Más allá de las variables “metaambientales” de los niveles de desarrollo y la cultura de medios, el funcionamiento del modelo en un estudio de caso determinado parece estar supeditado a dos factores principales: 1) el grado de “espacio” institucional y editorial que el régimen le permite a la prensa (tanto a la que controla directamente como a las publicaciones de oposición), y 2) la influencia o el predominio de las consideraciones de mercado. Parece que todo lo demás fluye a partir de estas dos variables. Si el régimen controla los medios impresos con poca rigidez, la búsqueda de utilidades puede imponerse como imperativo movilizador, un medio de compensar la reducción o ausencia de subsidios del régimen. Esto será válido especialmente para la prensa independiente u opositora que busca explotar las libertades disponibles en un autoritarismo suave, pero que también es “libre de fracasar” en un ambiente de mercado que añade, además, sus propias presiones. En casos así, la búsqueda de utilidades merece ser clasificada como un insumo por derecho propio. Por otro lado, el estar orientado a la búsqueda de utilidades no indica una distancia o autonomía del régimen: el ejemplo de la prensa afrikáner durante la época del *apartheid* podría mencionarse en este contexto. En esos casos, la búsqueda de utilidades en un *producto* también se incluye en el modelo, lo que refleja su posible presencia como rasgo subordinado de una agenda movilizadora más amplia.

Por definición, el poder y la influencia del régimen autoritario suave siguen siendo fuertes (letras negritas), aunque no llegan a los extremos tiránicos comunes en el Sistema A. Incluso si el régimen permite que medios “independientes” o de oposición publiquen o incluso florezcan, este espacio de manobra será muy dependiente y propenso a ser retirado en cualquier momento. La gama de “incentivos y garrotes” discutidos antes son los principales medios para recordarles a las instituciones y los individuos díscolos dichas dependencias.

Si *llegara a existir* una prensa semiindependiente o de oposición en el Sistema B, sus opciones para la supervivencia material serían limitadas. De seguro se vería obligada a buscar apoyo en la “sociedad civil”: las ventas en los puestos de periódicos, los ingresos por publicidad o el respaldo directo (por ejemplo, un partido político de oposición, un sindicato o un movimiento popular). Si eli-

ge el camino de los sectores sociales, su autonomía institucional y su independencia profesional no serán por fuerza más amplias que las que gozaban las publicaciones patrocinadas por el régimen.

Sin embargo, en este modelo no colocamos signos de interrogación al insumo del "imperativo profesional", una decisión que tal vez sea necesario explicar. Sin importar qué tan radicalmente el régimen u otros patrocinadores pueden limitar su funcionamiento, en condiciones autoritarias suaves la prensa *suele* estar más consciente de las normas y los estándares profesionales, lo cual produce en general un mayor grado de "profesionalismo", al menos en su interpretación clásica (coberturas críticas, intentos de "objetividad", satisfacción de los lectores). Tal vez los medios impresos se inclinen intrínsecamente hacia su audiencia en esas condiciones: los periódicos son inherentemente un medio elitista en casi todas las sociedades subdesarrolladas o semidesarrolladas, las que, además, son mayoritarias en los sistemas autoritarios suaves; y dichas elites, como se sugirió antes, suelen estar mejor educadas y ser más conocedores de los medios, lo que puede traducirse en que toleran menos la propaganda simplista y desean estándares profesionales más elevados. Por lo tanto, aparece "satisfacer a los lectores" como un elemento posible, con un flujo de comunicación en doble sentido: en este ambiente, es más probable que un periódico realice encuestas de opinión entre sus lectores, acepte y publique sus cartas, investigue las quejas y los "consejos" de los lectores, etcétera.

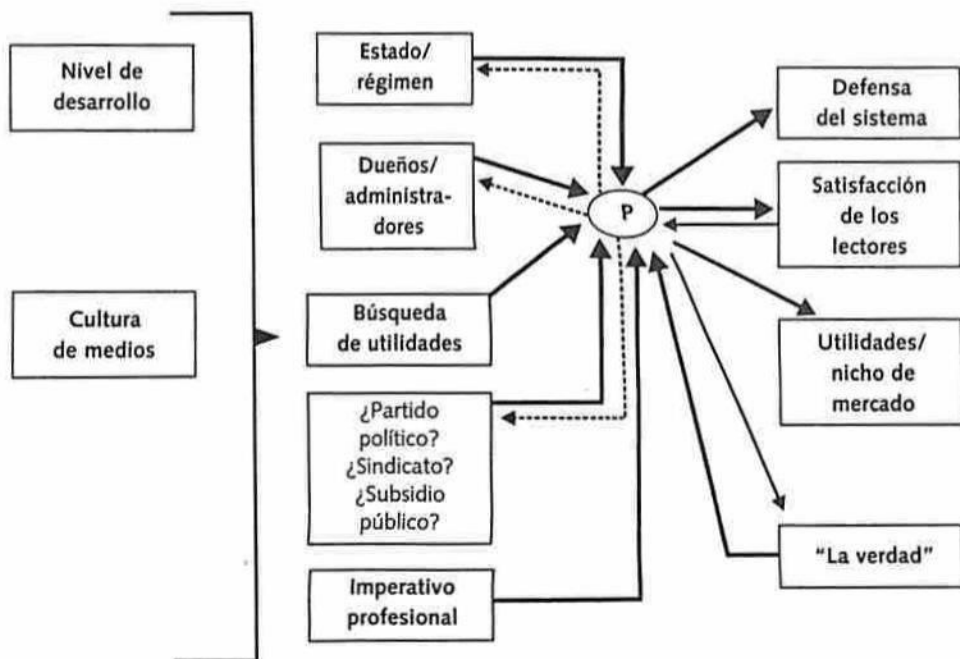
Obsérvese también que una sociedad autoritaria "suave" es más abierta que el estándar del Sistema A; las influencias del extranjero, incluidos los modelos occidentales de periodismo, pueden penetrar con mayor facilidad. Es menos probable que se considere que la capacitación de los periodistas es únicamente un proceso de adoctrinamiento político. De ahí que incluso si el imperativo profesional está apenas latente o subexplotado, es más probable que esté "en el aire" en esos sistemas —incluso como objeto de escarnio— y no en ambientes autoritarios duros. Por todas esas razones, una formulación que podría llamarse ingenua, "La Verdad", hace su aparición en la categoría de los productos, otra vez haciendo énfasis en el elemento interactivo. Yo sostengo que la verdad hace sus propias demandas; y que el umbral de la discordancia tolera-

ble entre los imperativos movilizador y profesional tiende a ser menor que en los sistemas autoritarios duros.

Sin embargo, la defensa política sigue siendo de primordial importancia entre los productos del Sistema B. La mayoría de los medios de comunicación (incluso casi toda la radio y la televisión) apoyará con fuerza, y a menudo ciegamente, al régimen vigente. Los que se alínean con otros sectores tan sólo pueden cambiar una forma de defensa ciega por otra, según se señaló. Es probable que las empresas que buscan utilidades que no estén en deuda con un régimen o institución de patrocinio *particular* disfruten de la mayor libertad y, por consiguiente, tengan un papel importante en la fase "inicial" de cualquier proceso de liberalización o transición.

SISTEMA C: DEMOCRÁTICO LIBERAL ORIENTADO AL MERCADO

Ejemplos: Estados Unidos, Canadá, Reino Unido, Australia, Sudáfrica (después del *apartheid*).



El último sistema de medios que consideramos aquí (el Sistema C) es el modelo de funcionamiento de la prensa que domina en todo el mundo, principalmente desde el final de la Guerra Fría y el derrumbe del socialismo de Estado, y de las alternativas desarrollistas. Podría decirse con precisión que la mayoría de los sistemas de medios del mundo se encuentran en sociedades con diversos grados de autoritarismo, así como también podría decirse que es más común el subdesarrollo que su contraparte. Pero éstos son sólo modelos *locales*. Con excepción de un puñado de sociedades con medios de comunicación con socialismo de Estado, y posiblemente los medios de comunicación religiosos,³² puede decirse que ningún modelo se aplica más allá de los límites de su propio sistema. Y los restantes modelos de socialismo de Estado o islámicos son competidores periféricos, cuando mucho, en comparación con el ideal democrático liberal y orientado al mercado —difundido en todo el mundo— que propugnan los países de América del Norte y de Europa Occidental.

Además de que su nivel de desarrollo está mucho más avanzado que en los sistemas A y B, los exponentes del Sistema C afirman que los medios de comunicación son el “cuarto poder”: la prensa como su *propia* fuerza movilizadora en favor del “interés público”, independiente de la agenda movilizadora del régimen u otros grupos de interés dentro de la sociedad. Sin embargo, no existen razones para aceptar esa cómoda idea. En este artículo he dicho que en el Sistema C el “interés” público es secundario y que, como escapan de los controles del Estado autoritario, los medios masivos en las sociedades occidentales cambian un imperativo movilizador por otro: el éxito en el mercado. Además, ¿hasta dónde exactamente la prensa de las democracias de mercado se ha librado de la influencia de otros intereses poderosos en la sociedad? Es muy cierto que este modelo le ofrece a la prensa mucha mayor libertad para cuestionar las políticas del gobierno en turno que el autoritarismo duro o suave. Sin embargo, los fundamentos ideológicos del “régimen” analizados en términos generales —la propiedad privada, la organización corporativa de la economía— son también compartidos por la prensa dominante. A los grupos de interés de la sociedad, principalmente las corporaciones que poseen o constituyen a la

³² Es necesario reconocer la tendencia secular de este análisis.

prensa dominante, les es muy fácil soltarle bastante las riendas, a sabiendas de que nunca se usarán para cuestionar las bases del sistema. Con esto en mente, parece razonable que el “Estado/régimen” siga siendo la fuerza movilizadora dominante, siempre y cuando se entienda que los “régimenes” se extienden más allá del gobierno del momento. Paradójicamente, el análisis puede ser *menos* válido en sistemas —los de los países escandinavos, por ejemplo— donde el régimen tiene el principal papel directo en el funcionamiento de la prensa, por medio de los subsidios a la distribución. Las salvaguardas que existen aquí refutan cualquier intento por movilizar esos medios según los intereses del gobierno del momento, y supuestamente permiten que los periódicos desempeñen una función más de “cuarto poder” que en el caso de sistemas donde la prensa es el sostén movilizador de a) un régimen autoritario o b) las corporaciones privadas.

El papel de los dueños y los administradores sigue siendo determinante en el Sistema C, a menos que un periódico haya encontrado otra fuente de patrocinio, sea en partidos políticos, sindicatos o subsidios “públicos” (aunque sean los distribuidos por el régimen). Para los dueños y los administradores de las empresas corporativas, las utilidades deben ser su imperativo movilizador dominante, o los despedirán en la siguiente reunión de accionistas. Además, sus actos tienen que reforzar los fundamentos del sistema que permite que sus empresas florezcan. Por eso, tanto la “defensa del sistema” como “utilidades/nicho de mercado” suelen dominar, y destacarán mucho entre todos los productos posibles.

Sin embargo, sólo en el modelo del Sistema C el imperativo profesional, la satisfacción de los lectores y “La Verdad” aparecen en letras negritas, lo que indica que son rasgos más prominentes de este modelo que de cualquiera de los otros dos. Esto tiene varias razones. Primero, el alto nivel de desarrollo y de limitaciones igualmente trascendentales a la violencia y la represión del Estado, junto con las antiguas tradiciones periodísticas que han generado, han permitido que el imperativo profesional evolucione e incluso florezca de una manera que sólo es válida esporádicamente en sistemas más autoritarios y menos desarrollados. En segundo lugar, el papel de los lectores —de la “sociedad

civil", si se prefiere— es mayor en las sociedades democráticas liberales en general, pero más específicamente en ambientes donde los gustos de los lectores (expresados mediante sus opciones como consumidores) son decisivos para la realización exitosa del imperativo de las utilidades. Todos esos factores influyen en la decisión de colocar "Satisfacción de los lectores" y "La Verdad" en letras negritas como un producto del sistema, y con líneas ininterrumpidas entre ellas y la institución periodística. Para que un sistema político desarrollado y una economía dirigida por las empresas privadas funcionen sin obstáculos, es necesario que la difusión de información sea precisa y *en forma de masa*, mucho más que las sociedades autoritarias y subdesarrolladas. La sofisticación del consumidor normal es probablemente mucho mayor en las sociedades democráticas con sistemas de educación liberal altamente desarrollados y con fuertes restricciones a la violencia del Estado. Y los custodios del imperativo profesional —periodistas y redactores— estarán expuestos a las mismas influencias y variedad de oportunidades que los ciudadanos normales.

Por consiguiente, el Sistema C presenta un modelo del funcionamiento de la prensa que, si bien apenas está libre de las limitaciones movilizadoras, ofrece oportunidades sin precedentes para la expresión de los imperativos profesionales compensatorios. Al menos es un ejemplo de la libertad de represión del Estado común en otros lugares. Difícilmente sorprende que el modelo haya ejercido un fuerte atractivo, no sólo en sociedades más autoritarias en todo el mundo, sino en las instituciones periodísticas que a menudo buscan liberarse de esas restricciones autoritarias.

CONCLUSIÓN

La diversidad de los medios masivos de comunicación en todo el mundo debilita la elaboración de una "macroteoría" del comportamiento institucional. Este artículo ha afirmado que, cuando menos para la prensa escrita, puede construirse un esquema útil de imperativos y restricciones "movilizadoras", por un lado, y de valores y motivaciones "profesionales", por el otro. Si bien el imperativo profesional puede estar muy influido por la cultura prevaleciente en deter-

minado sistema de medios, he tratado de mostrar que también expresa una “economía moral” del periodismo, a grandes rasgos congruente tanto con la epistemología positivista (en su preocupación por “La Verdad”) como con la ideología democrática liberal (en su idea de la prensa como un “poder” separado dentro del sistema político). Mientras tanto, el imperativo movilizador sirve como un dispositivo heurístico útil para comparar el desempeño de la prensa en distintos sistemas de medios, desde los autoritarismos socialistas de Estado y capitalistas, hasta los sistemas de medios del Occidente desarrollado. Entretanto, parece que dos variables “metaambientales” —el nivel de desarrollo y la cultura de medios— tienen una influencia poderosa para modelar los sistemas autoritarios y los democráticos liberales.

He afirmado que este esquema movilizador *versus* profesional contribuye a explicar las acciones y actitudes cotidianas de los trabajadores de la prensa en todo el mundo. Éste es tan sólo un intento preliminar por elaborar un concepto del funcionamiento de la prensa a una escala comparativa mundial. Sin embargo, puede traer mayor coherencia analítica al “bosque” de los medios masivos, un bosque que ha sido ignorado en estudios detallados de árboles y ramas. **Pg**

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Androunas, Elena (1993), *Soviet Media in Transition: Structural and Economic Alternatives*, Westport, Praeger.
- Babich, Dimitry (1997), entrevista, Moscú, 20 de mayo.
- Barricada (1990), *Nuevo Perfil Editorial de Barricada*, documento interno inédito.
- Bourgault, Louise (1998), “Nigeria: The Politics of Confusion”, en Patrick O’Neil (ed.), *Communicating Democracy: The Media and Political Transitions*, Boulder, Lynne Rienner Publishers.
- Chomsky, Noam (1986), *Turning the Tide: The U.S. and Latin America*, Montreal, Black Rose.
- Committee to Protect Journalists (1996), “Free Press Struggles to Establish Itself in Cuba,” *CPJ News Alert*, 27 de junio.

- Curry, Jane Leftwich (1990), *Poland's Journalists: Professionalism and Politics*, Nueva York, Cambridge University Press.
- Du Preez, Max (1990), "The Government Cracks Down on South Africa's First Anti-Apartheid Newspaper Published in Afrikaans", en Gerald B. Sperling y James E. McKenzie (eds.), *Getting the Real Story: Censorship and Propaganda in South Africa*, Calgary, Detselig Enterprises Ltd.
- Eckstein, Susan Eva (1994), *Back from the Future: Cuba under Castro*, Princeton, NJ, Princeton University Press.
- Edmisten, Patricia Taylor (1990), *Nicaragua Divided: La Prensa and the Chamorro Legacy*, Pensacola, University of West Florida Press.
- Frederick, Howard (1993), *Global Communication & International Relations*, Belmont, CA, Wadsworth Publishing Company.
- Genkin, Stephanie (1993), "Politics, Religion and Sex — The Three Do's for JTV Censorship", *The Jordan Times*, 11-12 de febrero.
- Hall, Richard A. y Patrick H. O'Neil (1998), "Institutions, Transitions, and the Media: A Comparison of Hungary and Romania", en Patrick O'Neil (ed.), *Communicating Democracy: The Media and Political Transitions*, Boulder, Lynne Rienner Publishers.
- Hallin, Daniel C. (1996), "Commercialism and Professionalism in the American News Media", en James Curran y Michael Gurevitch (eds.), *Mass Media and Society*, 2ª ed., Londres, Arnold.
- Herman, Edward S. y Noam Chomsky (1988), *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*, Nueva York, Pantheon.
- Horvát, Janos (1991), "The East European Journalist", *Journal of International Affairs*, vol. 45, núm. 1, verano.
- Ibrahim, Youssef M. (1997), "Al Hayat: The Noah's Ark of Arabic Newspapers", *The New York Times*, 15 de enero.
- Jehl, Douglas (1996), "Saudis Feast Freely from TV Dishes", *The New York Times*, 23 de enero.
- Jernow, Alison Liu (1993), "Don't Force Us to Lie": *The Struggle of Chinese Journalists in the Reform Era*, Nueva York, Committee to Protect Journalists, enero.

- Johnson, Owen (1998), "The Media and Democracy in Eastern Europe", en Patrick O'Neil (ed.), *Communicating Democracy: The Media and Political Transitions*, Boulder, Lynne Rienner Publishers.
- Jones, Adam (2001), "The Death of *Barricada*: Politics and Professionalism in the Post-Sandinista Press", *Journalism Studies*, en prensa.
- (1999a), *The Press in Transition: A Comparative Study of Nicaragua, South Africa, Jordan and Russia*, tesis de doctorado, Universidad de Columbia Británica.
- (1999b), "*Barricada* and Beyond: Journalism in Nicaragua" (entrevista con Carlos Fernando Chamorro), *Harvard International Journal of Press/Politics*, vol. 4, núm. 4.
- (1998), "From Rightist to 'Brightest'? The Strange Tale of South Africa's Citizen", *Journal of Southern African Studies*, vol. 24, núm. 2 <<http://adamjones.freesevers.com/citizen.htm>>.
- (1997), "Press, Regime and Society in Jordan Since 1989", Inter-University Consortium for Arab Studies, documento de trabajo <<http://adamjones.freesevers.com/jordan.htm>>.
- (1994), "Wired World: Communications Technology, Governance, and the Democratic Uprising", en Edward A. Comor (ed.), *The Global Political Economy of Communication*, Nueva York, St. Martin's Press.
- (1992), "Beyond the Barricades: The Sandinista Press and Political Transition in Nicaragua", *New Political Science*, núm. 23, otoño.
- Kagarlitsky, Boris (1997), entrevista, Moscú, 29 de junio.
- Kapuscinski, Ryszard (1994), *Imperium*, Nueva York, Vintage Books.
- Karikari, Kwame (1993), "Africa: The Press and Democracy", *Race & Class*, vol. 34, núm. 3.
- Koepfel, Barbara (1987), "The Press in the Middle East: Constraint, Consensus, Censorship", reportaje especial del Middle East Research & Information Project.
- Kondrashov, Stanislav (1997), entrevista, Moscú, 30 de mayo.
- Lee, Jae-Kyoung (1991), "Press Freedom and National Development: Toward a Re-Conceptualization", *Gazette*, núm. 48.

- Murray, John (1994), *The Russian Press from Breshnev to Yeltsin: Behind the Paper Curtain*, Aldershot, Edward Elgar Publishing Ltd.
- Murzin, Dimitry (1997), entrevista, Moscú, 3 de junio.
- Nove, Alec (1975), *Stalinism and After*, Londres, George Allen & Unwin.
- O'Donnell, Guillermo y Philippe C. Schmitter (1986), *Transitions from Authoritarian Rule: Tentative Conclusions about Uncertain Democracies*, Baltimore, The Johns Hopkins University Press.
- Orme, Jr., William A. (1997), "Overview: From Collusion to Confrontation", en Orme, Jr. (ed), *A Culture of Collusion: An Inside Look at the Mexican Press*, Boulder, Lynne Rienner Publishers/North-South Center Press.
- Owen, Ken (1997), "Media Bosses Who Played the Apartheid Game", *Mail & Guardian* (Johannesburgo), 18-24 de julio.
- (1995), "Decline and Fall of the Editors", *Sunday Times* (Johannesburgo), 29 de enero.
- Pankin, Alexei (1997), entrevista, Moscú, 20 de mayo.
- Parenti, Michael (1993), *Inventing Reality: The Politics of News Media*, 2ª ed., Nueva York, St. Martin's Press.
- Petrovskaya, Irina (1997), entrevista, Moscú, 30 de mayo. (Traducido al inglés por Bolina Dobinina.)
- Randall, David (1996), *The Universal Journalist*, Londres, Pluto Press.
- Sabbagh, Rana (1985), "A Reporter's Side of the Story", *The Jordan Times*, 26 de octubre (edición del décimo aniversario).
- Schell, Orville (1994), *Mandate of Heaven: A New Generation of Entrepreneurs, Dissidents, Bohemians, and Technocrats Lays Claim to China's Future*, Nueva York, Simon & Schuster.
- Schillinger, Elizabeth y Catherine Porter (1991), "Glasnost and the Transformation of Moscow News", *Journal of Communication*, vol. 41, núm. 2, verano.
- Scott, James R. (1976), *The Moral Economy of the Peasant: Rebellion and Subsistence in Southeast Asia*, New Haven, Yale University Press.
- Selser, Gabriela (1991), entrevista, Managua, 9 de mayo.
- Sychev, Alexander (1997), entrevista, Moscú, 26 de mayo.

Tan, Frank (1990), "The People's Daily: Politics and Popular Will — Journalistic Defiance in China during the Spring of 1989", *Pacific Affairs*, vol. 63, núm. 2, verano.

The Jordan Times (1993), "Al-Ra'i Will Remain True to Royal Directives", *The Jordan Times*, 7 de junio.

The Star (1995), "The Star's Code of Ethics", *The Star* (Johannesburgo), 7 de marzo.

Weiner, Tim (2000), "Mexico Ending Coziness for Press and Powerful", *The New York Times*, 29 de octubre.

Zassoursky, Yassan (1997), entrevista, Moscú, 29 de mayo.