

Un análisis sistémico de la empresa de
comunicación de masas

La máquina fabricante de noticias

Michel Mathien

En su calidad de organismos dinámicos, los medios de comunicación pueden ser contemplados a través del análisis sistémico, una aproximación cibernética que permite estudiar el funcionamiento de los medios a partir de la empresa. Se desarrolla aquí el caso de la empresa periodística: un conjunto sociotécnico delimitado en el espacio, donde ocurren múltiples interacciones, en el propio organismo primero, con su medio ambiente después.

Para la empresa de comunicación de masas, el grupo profesional de los periodistas es evidentemente el elemento determinante de todo el sistema.

LOS MEDIOS DE comunicación masiva se han convertido en elementos dominantes en la relación del hombre con su medio ambiente social. Ahora bien, los debates a los que periódicamente dan lugar entre la opinión pública dejan muchas veces en la sombra las estructuras de su funcionamiento y sus incidencias sobre la selección y el tratamiento de las noticias. La familiaridad de los medios en la vida cotidiana de los individuos es, tal vez, una de las razones principales de ese comportamiento general que otorga un mayor privilegio a las ideas, con sus *a priori*, por sobre el estudio profundo de los sistemas de comunicación de masas en los que participan todos más o menos activamente.

Es precisamente el problema de la estructura de los medios masivos el que se propone estudiar aquí a partir de la aplicación del análisis sistémico a la comunicación de masas. Este método, ya utilizado en diversas disciplinas (economía, biología, psiquiatría), conduce a considerar cada medio como un organismo dinámico que actúa en un

área dentro de la cual se halla inmerso y en la que funciona a partir de disposiciones que le son propias y otras que le son dadas por su entorno.

Dentro del dominio de las ciencias sociales en que destacan los fenómenos de la comunicación de masas, la aproximación cibernética ha subrayado dos ideas esenciales. La primera es aquella de máquina: un todo, un conjunto, no puede ser conocido sino a partir de su totalidad y no de sus partes. La segunda es la que se refiere a la retroacción, que se opone a una visión lineal en el análisis de los fenómenos para anteponer las nociones de retorno del efecto sobre la causa ('feedback'), de equilibrio, de homeostasis, de regulación, etcétera.

Esas dos ideas permiten comprender que la autonomía de un todo se funda precisamente sobre una retroacción negativa que designa el reajuste de las causas en función de los efectos producidos. Esto entraña una regulación de las interacciones en el seno del conjunto en sí mismo.

Al tomar en cuenta el resul-

tado de la aproximación cibernética, el análisis sistémico ha valorado la idea de emergencia del todo organizado dentro de su medio ambiente. El todo, llamado sistema (es decir una forma orgánica provista de una función), está abierto sobre esa función para preservar su autonomía, al mismo tiempo que su dependencia del exterior. Bajo esta perspectiva el sistema se auto-organiza permanentemente de manera que encuentra su equilibrio entre el cierre y la apertura total que produce su desaparición; sea por la "muestra", que resulta del repliegue del sistema sobre sí mismo, sea por su "disolución" en el medio ambiente.

Aplicados a la comunicación de masas, ¿qué determinan estos conceptos diferentes reunidos hoy por el método sistémico?

Antes que nada, la expresión de comunicación de masas no designa aquí al conjunto de los fenómenos relativos a los medios de comunicación de masas ("mass media") y a sus efectos sobre la masa de los individuos de la sociedad. Designa, para nosotros, la realidad misma de su funcionamiento a partir de la empresa (en el sentido económico del término) en tanto que sistema organizado en base a una primera meta: la transmisión a una masa definida de individuos de una cantidad de mensajes llamados noticias.

Ya sea la radio, la televisión o la prensa escrita bajo todas sus formas, la "realidad" que

engendra la comunicación de masas tiene por origen una organización definida por la naturaleza misma del soporte empleado para la difusión de las nuevas que se fabrican (el periódico, la cadena de radio, de televisión, la agencia de prensa, etc.).

Desde el punto de vista sistémico, una empresa de comunicación masiva es, como toda organización, un sistema a partir del cual se puede encontrar una explicación coherente para un cierto número de fenómenos. Se trata de un conjunto socio-técnico delimitado en el espacio, y es el lugar donde ocurren múltiples interacciones, en su propio seno primero, y con su medio ambiente después, con el cual mantiene relaciones permanentes e indispensables para su existencia y su supervivencia.

El sistema es complejo, no solamente porque los tipos de elementos que contiene son numerosos dentro de la cadena de producción y de difusión de las nuevas (dependiente ella misma de la naturaleza de los soportes utilizados: papel, imagen televisada, ondas telefónicas), sino también por la multiplicidad de las interacciones que cada elemento mantiene en un principio con los otros elementos y, después, con el mundo exterior. Entendemos aquí por interacción la cantidad y la naturaleza de los flujos que circulan entre un elemento y otro. Esto es, por ejemplo, el número de palabras o líneas producidas por un pe-

riodista; el número de relaciones que éste mantiene con un entrevistado, sea un político, un colega; la intensidad de las influencias que tal individuo u organismo puede ejercer sobre tal otro, etc. Todo ello, suponiendo que somos capaces (lo que no es siempre el caso) de medir esos diversos flujos y de compararlos por una reducción a un valor conocido (coeficiente de equivalencia). Enunciar ese flujo, medir las intensidades de una interacción, ver funcionar el sistema tal cual es, es la meta principal de la aproximación sistémica.

El análisis sistémico

El análisis sistémico de una empresa de comunicación de masas implica, antes que nada, dos series de operaciones:

① Identificar y definir el conjunto de los fenómenos que proceden en ella, y que para cierto número de organizaciones constituyen un circuito completo que dispone de las fuentes mismas de la información a efecto de su difusión.

② Evaluar las múltiples retroacciones que se establecen en el circuito de fabricación de las noticias, tanto hacia arriba (las fuentes) como hacia abajo (los efectos de la difusión), intentando ordenarlas y atribuirles un grado de influencia en la regulación del sistema.

Más concretamente, implica el estudio de cada uno de los elementos del sistema, de las relaciones que éste mantiene (o no)

con los otros, así como las retroacciones con la estructura global y el exterior. Se fija, en primer lugar, en todo eso que entra dentro de una gran caja negra que semeja la empresa; después, en todo lo que sale de ella y, en la medida de lo posible, en todo lo que pasa en su interior. A partir de ahí son examinados los efectos producidos; el soporte de las noticias; los efectos que el periódico, por ejemplo, produce en el exterior y, por reacción, en el interior del sistema.

De hecho, el análisis sistémico es un método que reúne, esquematiza y organiza nuestros conocimientos sobre los diferentes aspectos del funcionamiento de un conjunto comunicacional. Esquematizar es comprender y, por ende, tender hacia una eficacia óptima de la organización del sistema y, por consecuencia, de la acción de los individuos que la hacen funcionar. Comprender el sistema sobre la base de esos diversos mecanismos significa cortar efectivamente con los medios para actuar sobre su funcionamiento y también dar a los hombres que lo componen la posibilidad de hacerlo evolucionar según sus objetivos, teniendo en cuenta sus imperativos y sus restricciones.

Esto es, por ejemplo, elaborar una política de redacción correspondiente no sólo a las aspiraciones de los periodistas, sino a las capacidades del conjunto del sistema para asumirlas. Esta voluntad política falta en

muchas empresas. Su existencia permitiría una presencia más dinámica de los equipos de redacción sobre el mercado de la información. Ello, si la política comercial no ejerciera numerosos frenos, ya que busca, en un campo de difusión limitado, el máximo de receptores y su "fidelidad". Ahora bien, éste es el caso general en Francia para todos los grandes medios, esta "fidelidad" no es más que la traducción de una obsesión, la de perder una audiencia, lo que comprometería el porvenir económico de la empresa de comunicación.

Cajas negras e individuos

Al descomponer la empresa de comunicación de masas tanto como es posible para mostrar todos esos aspectos, el análisis sistémico reduce la gran caja que es la empresa en otras tantas cajas negras más pequeñas (o átomos de una estructura) que tienen funciones identificables y definibles que describen las interacciones y retroacciones que se producen en su interior. Para su análisis se seguirá, de preferencia, el proceso secuencial de la cadena de fabricación de noticias como hilo conductor. La reducción mencionada termina en un organismo global que reúne una sucesión de cajas negras en interacción, estimuladas por entradas y salidas. Más prácticamente todavía, se termina por la descripción de un modelo que puede servir de referencia a un tipo particular de empresas (agencia de prensa, cadena de

televisión, de radio, diario).

El primero de esos átomos de estructura, que tienen por característica la de ser solidarios (los eslabones de la cadena), es la redacción. Su función no es solamente la de concebir el contenido redaccional (que se distingue del contenido publicitario, incluso si cohabitan en muchas ocasiones), sino su elaboración misma. De ahí se deriva la colocación de una red de aprovisionamiento de mensajes conectada a otros medios (o a individuos externos a la empresa, corresponsales o informadores diversos) y fuentes de información más o menos estables y regulares

La sistémica revela el conjunto de influencias que condicionan el trabajo periodístico propiamente dicho.

El segundo es la realización propiamente dicha del producto final. Para la prensa escrita, se trata del conjunto de las acciones ligadas a la impresión del prototipo del periódico, constituido por el conjunto de páginas formadas y realizadas a partir de los bocetos de la redacción. Con la redacción electrónica, ya practicada en Estados Unidos, esta etapa acabará desapareciendo. La prensa escrita se en-

contrará entonces en una situación análoga a la del medio audiovisual y de la radio, en donde la cadena de redacción se basta a sí misma y no tiene necesidad de una cadena de producción en serie.

La tercera caja negra concierne a la difusión en todos sus aspectos particulares a cada medio: disposición de una red de distribución de periódicos o de depósitos de ventas, una repetidora para las ondas hertzianas, poder de influencia y difusión del emisor de radio y "cobertura" correspondiente (utilización de satélites de difusión, etc.). Finalmente, esos tres subsistemas no funcionan si no son regularmente alimentados con materias primas y si sus diferentes equipos no son mantenidos en buen estado. Esto quiere decir que el sistema tiene necesidad de servicios logísticos y de mantenimiento, pero también de una dirección encargada de "pilotear" al conjunto y hacia la cual convergen un cierto número de interacciones internas y externas.

Estos elementos principales de la organización de un medio pueden ser descompuestos a su vez. Y terminan inevitablemente en el estudio de los grupos profesionales y, finalmente, de los individuos considerados aisladamente en la medida en la que éstos tienen una tarea específica que cumplir dentro del proceso secuencial. Este es, por ejemplo, el caso de un jefe de redacción en un diario, porque el servicio

de redacción es un sistema de causalidad cerrado (estructural, diríamos, en lenguaje sistémico) que podría bastarse a sí mismo en la medida en la que está encargado de una parte de la producción editorial (una oficina local, el servicio económico, regional, etc.). En este ejemplo, el jefe de redacción forma parte de un proceso de retroalimentación en el cual ocupa la posición de regulador. Para la empresa de comunicación de masas, el grupo profesional de los periodistas es evidentemente el elemento determinante de todo el sistema. Hasta que no se pruebe lo contrario, la máquina para fabricar noticias no puede funcionar sin ellos.

La reactividad del sistema: el papel de los "gate-keepers"

De ahí el interés que siente ese grupo profesional por el estudio de las obligaciones y presiones que condicionan la organización de su trabajo y, por lo mismo, el contenido de las noticias que está encargado de producir. Un sistema de comunicación de masas se define, ya lo hemos precisado, por la naturaleza del soporte utilizado para la difusión de las noticias. Y ese soporte determina la selección y el contenido de las nuevas: esto significa que cada medio de masas tiene sus criterios de selección de mensajes y de tratamiento de las noticias, y que éstos son especificados en cada empresa

en función de sus propios objetivos. Así es como la sistémica revelará el conjunto de las influencias que condicionan el trabajo periodístico propiamente dicho.

Ello, al insertarse en un conjunto estructurado, pues éste es el objeto de la regulación de las diversas etapas en su puesta en marcha. Fuerte o débil, imperativa o indicativa, inmediata o diferida, esta regulación interviene a continuación del funcionamiento de señales cuyos plazos de reacción son variables. Esos plazos se reducen a cero (efecto inmediato) en el caso de una fuerte perturbación o anomalía que lleva tanto sobre la fabricación como sobre el contenido de las noticias. A ese proceso de dinamización puede llamarse reactividad del sistema. El conjunto de los actos de una redacción es sometido entonces a mecanismos de control que terminan en centros de decisión, lugares de comando que se manifiestan a través de los directivos.

En lo que concierne a la organización de la empresa, esos centros se concentran en las funciones de dirección y, más particularmente, en la jerarquía de redacción (cf. el ejemplo arriba citado). En relación al flujo de informaciones que atraviesan el sistema, esta función general de control es designada por la noción de gate-keeper (cf. Lewin, Lazarsfeld), traducida habitualmente como "guardián de la cultura". Los individuos, hacia los cuales convergen los procesos de retroalimentación, organizados o aleatorios, tienen el poder de actuar sobre el con-

tenido y el sentido de los mensajes por la autoridad que ejercen sobre los profesionales de la información.

La noción de gate-keeper no refleja solamente el potencial de acción directa de los propietarios, directores o jefes de redacción de los medios de comunicación de masas sobre los cir-

La relación de las fuerzas internas de los grandes medios tiende a ser desventajosa para los periodistas.

cuitos culturales. Designa también los plazos puestos en evidencia por los procesos de retroacción y que se resumen muchas veces dentro de las funciones jerárquicas. En la sociedad de los medios masivos en la que nos encontramos, los gate-keepers no son pocos. El periodista de base se encuentra en posición de "guardián de la cultura" en ciertas circunstancias, quizá más numerosas de lo que pensaríamos a priori. He ahí el caso del periodista de provincia, solo en su puesto y responsable de una edición local: en este caso, él participa en un ciclo socio-cultural local (porque existe una cultura lo-

cal) y puede ser un pequeño potentado para el medio social que le envuelve. O también es el caso de un corresponsal permanente de una cadena de televisión en el extranjero que, ya que tiene el poder de seleccionar un evento para su intervención semanal en el noticiario televisado, introduce en el ciclo cultural global un ítem (o un culturema) ampliamente retomado por los otros medios en razón del acoplamiento existente entre ellos. Los gate-keepers no son solamente individuos colocados en la periferia o a la entrada del sistema de comunicación de masas. También se encuentran en su interior a distintos niveles del proceso de selección del contenido redaccional. Son todos aquellos que abren o cierran la compuerta a tal o cual circuito, determinado el flujo de las nuevas.

La red de las presiones

Este aspecto de la organización del grupo de redacción no debe hacer olvidar, sin embargo, un factor principal: el conjunto de las presiones internas y externas de las que el periodista debe estar alerta en su trabajo cotidiano (se comprenden aquí algunas que emanan de su propio grupo). Las influencias que se manifiestan aquí varían de una empresa a otra. A la jerarquía oficial que propone el organigrama (quién da las órdenes a quién) se oponen muchas veces otras formas de jerarquías (de hecho, de competencias, de relaciones o, incluso, la jerarquía

extra-profesional) de las que una serie de influencias que, si bien evolucionan dentro de la historia de la empresa, pueden ser identificadas y apreciadas.

En el plano de las presiones externas, que provienen de lo que hay que denominar el gran sistema (todavía más complejo que el sistema en sí mismo), el análisis sistémico pone en evidencia la importancia del poder real que determina el marco de acción de cada sistema de comunicación de masas: éstas son, antes que nada, las reglas de funcionamiento impuestas por el gran sistema (leyes y reglamento) y que se pueden hacer aplicar o no (un buen ejemplo es la ordenanza del 26 de agosto de 1944 para la prensa escrita); después están las diversas "medidas de ayuda" que funcionan como una espada de Damocles, porque más o menos regularmente son remitidas y recordadas por aquellos que están encargados de atribuirles (tarifas postales, exoneraciones fiscales, etc.).

Agreguemos a esto que, en un Estado centralizado, el poder real se encuentra en el origen de numerosas fuentes de información (por ejemplo, los ministerios, las prefecturas) y controla todavía más (AFP, radios periféricos). Esas fuentes institucionales no son neutras; frente a ellas la empresa de comunicación no dispone de una entera libertad si desea mantenerse como sistema. Entre ese poder y los otros (comprendidos aquí

El poder real se encuentra en el origen de numerosas fuentes de información.

sus niveles intermedios) y el sistema de comunicación de masas, se establece una especie de regla del juego tácita. Ciertamente, Francia no es un Estado totalitario, pero lo que muestra el análisis sistémico es precisamente que todo sistema de comunicación de masas es limitado en un momento u otro en su campo de acción, incluso en el caso en el que el gran sistema es calificado de liberal. Esta aproximación de los medios de comunicación de masas coloca al principio todas estas restricciones, mismas que un análisis político, conflictual o ideológico tendería, sin duda, a olvidar.

El mercado económico también regula a las empresas de comunicación de masas; si bien propalan una misión social de interés general, éstas no son organizaciones filantrópicas. El sistema tiene la necesidad de ser administrado y manejado, y lo es, si desea perpetuarse según los principios que provienen del gran sistema económico. El mercado de la publicidad, al lado del cual se desenvuelve el mercado de la información, juega, desde este punto de vista, un papel cada vez más fuerte sobre todos los grandes medios: la publicidad se ha convertido en algo indispensable no sólo para su equilibrio financiero si-

no para su desarrollo, y sobre todo para su transformación siguiendo las nuevas posibilidades que ofrecen los nuevos medios. Nos referimos aquí a las ásperas discusiones que ocasionó la introducción de la publicidad en el anuario electrónico del teléfono, para dar una idea. Es en el nuevo compartimiento de ese mercado que reside la posición del debate actual entre los responsables de los grandes medios y aquellos que forman parte de la dirección general de las telecomunicaciones y de la industria de la informática, que están listos a colocar ciertas aplicaciones de la telemática pero que esperan la luz verde del gobierno

En esta línea de presentación del método, el análisis sistémico de la empresa de comunicación de masas pone en evidencia una ambigüedad fundamental; es decir, el conflicto natural que existe entre periodistas y editores (o sus correspondientes cuando se trata de un medio audiovisual). Los primeros, en razón del importante papel que han jugado en la historia para el establecimiento de la democracia, están más preocupados por consideraciones éticas y políticas (en el sentido noble de ese término) que en la gestión o la autoconservación de los diferentes sistemas en los que participan. Los editores, en tanto que garantes de los sistemas, se muestran sensibles a todos los efectos que las noticias pueden producir entre los receptores y en el medio ambiente en general

(lectores, auditores, telespectadores), y en distintas fuentes institucionales (nacionales o locales, cuando se trata de un diario regional) y anunciantes publicitarios. Es cierto que el reforzamiento creciente de su función de gate-keepers se traduce muchas veces en la primacía de los objetivos económicos sobre las metas editoriales.

El ciclo económico como motor del ciclo socio-cultural

La relación de las fuerzas en el interior de los grandes medios tiene la tendencia a ser desventajosa para los periodistas. Las razones de esta situación serían interesantes de estudiar en el marco de una reflexión general sobre el porvenir de las redes de comunicación de masas dentro del gran sistema. Porque la cuestión impuesta es la que se refiere al reforzamiento del acoplamiento del ciclo socio-cultural al ciclo económico, y el segundo entraña cada vez más al primero. El "ágora informacional", evocada por Nora y Mino en su reporte sobre la información de la sociedad, no se anuncia bajo los mejores augurios. "La etapa en la que se organizarán y se confrontarán los proyectos relacionales y culturales" parece estar a merced del estado real y del mercado. El vínculo entre esos dos ciclos está asegurado por los editores, los primeros gate-keepers. El peligro está efectivamente en hacer de los medios de comuni-

Frente a las fuentes institucionales de información, la empresa de comunicación no dispone de una entera libertad si desea mantenerse como sistema.

cación de masas herramientas demagógicas que llevan cada vez más a sus receptores lo que éstos espera que aquéllos les den.

En la dinámica de las interacciones entre el sistema de comunicación de masas y la Sociedad global, uno y otra buscan respuestas favorables a su propio "mantenimiento o permanencia". La cultura convivial, anunciada por algunos con los nuevos medios, supone que el poder real, elemento clave del gran sistema, abandona una parte de su fuerza de control de los sistemas de comunicación de masas y que éstos no colocan ya a la economía financiera en el primer plano de sus preocupaciones. He aquí dos suposiciones que van al encuentro de lo que sugiere como posible el análisis sistémico.

Equilibrio y "ortodoxia" de la información

En resumen, la comunicación de masas implica la existencia de una estructura organizada racionalmente que difunde

mensajes (noticias) accesibles a un gran número de individuos, tanto por el contenido como por el costo del soporte utilizado. Implica una red de aprovisionamiento de informaciones múltiples al lado de las fuentes en las que unas son más importantes (o permanentes) que otras, y que están (ellas mismas) en posición de emisor desde el punto de vista del sistema y, por ende, son objeto de perturbaciones y de influencias. Supone también una red de difusión que asegura las condiciones de recepción más favorables a sus receptores que, en respuesta, participan en el mantenimiento del sistema. Emisor y receptores están implicados en un circuito de aprendizaje o un ciclo socio-cultural. La masa receptora es pasiva por definición, mientras que el emisor hace de su actividad la condición primera de su supervivencia en tanto que sistema.

El conjunto de los elementos exteriores, por diversos mecanismos de influencia, modifican la dinámica del ciclo socio-cultural de base y los datos sobre al búsqueda permanente de equilibrio del sistema. En el plano de la comunicación, a fin de reducir las dificultades internas producidas por el movimiento alternativo entre una estructuración y una desestructuración, el sistema de comunicación de masas tiene tendencias a producir una "ortodoxia de la información". Para evitar la inestabilidad, su lógica implica la existencia, de hecho, de un ciclo

de reproducción de valores del ambiente, en el cual la novedad no puede intervenir (en principio) sino a golpes o mediante pruebas sucesivas.

Asimismo, si se quiere modificar fundamentalmente la naturaleza de las noticias transmitidas, no es solamente sobre el sistema como un todo sobre el que es necesario actuar (por medios de presiones que ya existen), sino sobre ciertos elementos de la sociedad global o sobre el gran sistema en sí mismo.

Ciertamente, el análisis sistémico de la comunicación de masas no sería tal sino por su aspecto sistemático, por lo que plantea también problemas filosóficos e, incluso, políticos, que se relacionan con la concepción liberal de la información que reposa sobre la imagen (ya superada) del dejar hacer, dejar pasar, enriquezcase usted. ¿La representación que da del complejo conjunto de los medios no conduce (a sus datos) a un nivel efectivo de realidad? 

