
PRESENTACIÓN

EDWARD A. ROSS: UN TEMPRANO DIAGNÓSTICO DE LA PRENSA CAPITALISTA

Esteban López-Escobar

Uno de los ámbitos de interés de los pioneros de la ciencia social, particularmente en los Estados Unidos, fue el de la comunicación y los medios de difusión. Edward Alsworth Ross (1866-1951), quien después de obtener su grado de Bachellor en el Coe College estudió en Berlín y en la Universidad John Hopkins —en la que se doctoró en 1891—, y que es considerado como uno de los fundadores de la sociología en aquel país, se interesó por esas cuestiones, como lo hicieron sus coetáneos Albion W. Small (1854-1926) y William G. Sumner (1840-1910)¹.

Ross, a quien dio una primera popularidad su obra *Social control*², que dedicó a su *master* Lester Ward —tío de su mujer, Rosamund Simons—, cuya obra había elegido³ al iniciar en la Universidad de Indiana su docencia en sociología —que, por cierto, nunca había estudiado—, publicó el artículo «The supression of important news» en la revista *Atlantic Monthly*, fundada en 1857. Se encontraba ya en la Universidad de Wisconsin, de cuyo Departamento de

¹ Cfr. Hanno HARDT, *Social theories of the press: early German and American perspectives*, Beverly Hills: Sage, 1979, pp. 187-226.

² Edward A. ROSS, *Social control: a survey of the foundations of order*, The Citizen's Library of Economics, Politics and Sociology, 1901.

³ Edward A. ROSS (*Seventy years of it*, Nueva York: Arno Press, 1977 [1936]) se refiere a la elección del volumen de Lester Frank Ward *Dynamic sociology* y a la admiración que sentía por su autor.

Sociología fue director durante treinta años, tras un paso por la de Nebraska, después de su forzada dimisión en Stanford, el año 1900, como consecuencia de las presiones de la viuda del fundador de la Universidad, la señora Lelan Stanford, presionada a su vez por sectores conservadores californianos insatisfechos con el enfoque progresista de Ross⁴.

Algunos de los artículos de Ross publicados también en *Atlantic Monthly*, antes de «The supression of important news», aparecieron reunidos en su libro *Sin and society*⁵. Éste, en el que se refleja una de las principales preocupaciones de Ross, lo incluyó más tarde en *Changing America: studies in contemporary society*⁶.

No era la primera vez que Ross se ocupaba de la prensa. En una obra anterior⁷ se había referido a las dimensiones valiosas y menos valiosas de los periódicos; y en este último sentido, citando a la prensa sensacionalista, señalaba que la exageración de las noticias presentaba las cosas desde una perspectiva falsa, y que el salto continuo de un asunto a otro provocaba un defecto que llamó *para-gráfesis*⁸.

El valor del artículo «The supression of important news» radica en que ofrece un diagnóstico temprano de un fenómeno que ahora es patente. Cuando Ross publica sus ideas sobre una parcial abdicación de la prensa con respecto a su función de servicio a la democracia, se está produciendo el fenómeno general de la división entre propiedad y dirección periodística en la prensa, están surgiendo las primeras escuelas de periodismo en la universidades, e Ivy Lee ha iniciado su servicio de *publicity*, precedente inmediato de las relaciones públicas⁹: las empresas ferroviarias, que Ross menciona en el texto, fueron de las primeras en recurrir a la *publicity* (información interesada).

Casi un siglo más tarde, McChesney ha llegado a afirmar que existe una «contradicción entre el sistema empresarial de los medios de difusión, saturado de publicidad, con una alta concentración, y orientado a la búsqueda de los beneficios, y los requerimientos de la comunicación en una sociedad democrática»¹⁰. Y MacNeil, que dirigió durante años el prestigioso programa informativo

⁴ Ross dedica al *Stanford case* el capítulo VII de su libro autobiográfico *Seventy years of it*, pp. 64-86.

⁵ Edward A. ROSS, *Sin and society*, Boston: Houghton Mifflin Co., 1907 (he utilizado la versión electrónica de la excelente George's Page, página web de The Mead Project, mantenida por el Departamento de Sociología de la Brock University de Canadá).

⁶ Edward A. ROSS, *Changing America: studies in contemporary society*, Nueva York: Century, 1912, pp. 109-136.

⁷ Edward A. ROSS, *Social Psychology: an outline and source book*, Macmillan, 1908 (en este caso he utilizado también la versión electrónica de la George's Page).

⁸ *Ib.*, p. 86.

⁹ Cfr. Ivy LEE, *Publicity: some of the things it is and is not*, Nueva York: Industries Publishing Co., 1925, y Federico REY, *Edward Bernays: el hombre que inventó las relaciones públicas*, Buenos Aires: Imagen, S.A., 1999.

¹⁰ Robert W. MCCHESENEY, *Rich media, poor democracy: communication politics in dubious times*, Urbana: University of Illinois Press, 1999.

del canal público de televisión PBS, distinguía entre los medios de difusión —un sector económico en alza— y el periodismo —una profesión con problemas—; su dura conclusión era que los medios de difusión *apestaban*, lo cual era compatible con ganar dinero¹¹.

Ross, que desarrolla una ciencia social de inspiración normativa, destinada a mejorar la sociedad, manteniendo los valores tradicionales de la sociedad rural y abriéndose al mismo tiempo al progreso técnico y a la industrialización con una visión secularista, parece combinar aquí sus ideas sobre la ascendencia social y la individual, que desarrolló en *Social control*. Entonces sugería que había una parte de la psicología social (ésta, a su vez, parte de la sociología) que se ocupaba de la dominación de la sociedad sobre el individuo, y también una segunda parte que se ocupaba de la dominación del individuo sobre la sociedad¹².

Cuando en esa misma obra trata de la opinión pública como uno de los medios de control social, y advierte de sus riesgos («la opinión pública primitiva, lejos de ser un disciplinador sabio, se entromete cuando debería abstenerse, y bendice cuando debería maldecir», escribe¹³), afirma que uno de los tres procesos para convertirla en un agente que proteja el bienestar social es la ascendencia —o ascendiente— de los sabios, en una vena muy similar a como Tönnies se refiere a la responsabilidad de los intelectuales. Ross insiste en que «el remedio para los abusos de la opinión pública no es desacreditarla, sino instruirla»¹⁴.

La estructura capitalista de la prensa, es decir, su mercantilización en un triple sentido —constitución en empresa capitalista, dependencia de la publicidad y fusión de los periódicos con otros intereses empresariales—, constituye un círculo vicioso que no puede resolverse con la crítica o la exhortación. El periódico creado como una fundación, con un consejo cuya conformación anticipa en buena medida el camino seguido por los institutos de la radiotelevisión pública en Alemania, es la solución propuesta por Ross.

Un diario realmente independiente, aunque no estuviera dirigido a las masas, sino a líderes influyentes, sería muy eficaz para mejorar la contribución de la prensa a la democracia. Ross subraya la importancia de la función *correctora* de un diario concebido de esta manera. La verdad es que, un siglo más tarde, hay pocos ejemplos, aunque valiosos (en Suecia, Alemania, Japón, Estados Unidos...), que han seguido esta fórmula.

Aparte de esta reflexión sobre la prensa, reiterada de una forma casi manida por otros autores, Ross inició pioneramente una reflexión sobre los efectos de las películas en los niños, anticipando las complejas y abundantes investigaciones sobre la televisión y los niños que se hicieron algunos decenios más tarde.

¹¹ Cfr. Robert MACNEIL, «Regaining dignity», *Media Studies Journal*, 9: 3, verano 1995, pp. 110-111.

¹² ROSS, *Social control*, op. cit., p. vii.

¹³ *Ib.*, p. 101.

¹⁴ *Ib.*, p. 102.