

AUSÊNCIA DE INFORMACIÓN ACTIVADORA EN LAS CARTAS DE LECTORES

Eduardo V. Smania

(Profesor en la Escuela de Ciencias de la
Información de la Universidad Nacional de
Córdoba, República Argentina)

Como ha ocurrido en etapas anteriores de la historia de la comunicaciones, la prensa necesita responder al desafío que plantean los nuevos medios electrónicos. Es por ello que entre otras adaptaciones, las tradicionales cartas que los lectores remiten a sus periódicos pueden constituir una *vía* propicia para el establecimiento de la renovada corriente multidireccional que reclama, desde ya, la modalidad de acceso participativo impuesta por la naciente era de la información.

De allí la relevancia que adquiere el estudio de esa potencial *vía* de comunicación interactiva entre editores de periódicos y lectores. En el presente trabajo, precisamente, se describe en primer término una investigación científica sobre ausencia de información activadora en el texto de cartas dirigidas a determinados medios de prensa¹. En segundo lugar, se analiza la metodología adoptada y el valor que pueden alcanzar las conclusiones propuestas por los autores del estudio en cuestión.

Precisiones sobre información activadora

En 1977, un equipo dirigido por James B. Lemert, de la Universidad de Oregon (EE.UU.) lleva a cabo un análisis sobre 11 importantes diarios estadounidenses. Su propósito es comprobar la ausencia de **información activadora** (en adelante IA) en el contenido de esos diarios metropolitanos. Con más precisión, esa investigación – denominada luego “metro study” – constituye el principal marco de referencia de la investigación que es motivo de nuestro análisis crítico.

A partir del “metro study”, la IA es definida por Lemert y sus asociados como aquella información que moviliza a los lectores predispuestos a actuar en cierto sentido. En otras palabras, podría interpretarse que la IA proporciona los datos que el lector predispuesto para realizar una acción necesita para iniciarla y llevarla a cabo.

Algunos ejemplos dados por los autores (AA) aclaran el concepto. La IA es válida, valga el caso, en materia publicitaria: direcciones de negocios, horarios, números telefónicos, nombres de productos, precios, etc. En cuanto a contenidos noticiosos, la IA incluye lo que suele quedar al margen de las opiniones políticas: programaciones de televisión, recetas, **modus operandi** de la delincuencia, etc. Finalmente, en lo concerniente a contenidos de interés social, la IA puede ser utilizada por los lectores de prensa para decidir, si desean, cómo y dónde es posible expresar sus actitudes políticas.

En este último sentido, el “metro study” indica que la IA está ausente especialmente en el área que atañe a la información política. Esto es muy importante — señalan los autores — debido a que si bien quienes por su posición o por su experiencia en el campo político acceden a tan relevante IA, la mayoría de la gente la recibe únicamente a través de fuentes de información pública, lo cual se da principalmente por medio de la prensa, la radio y la televisión. Es decir, si la IA de carácter político no circula por esos canales de acceso público, se crea una condición ventajosa para la minoría que sí dispone de ella.

Más en profundidad, el llamado “metro study” indica que existen actitudes periodísticas referidas a si se debe proveer IA a los lectores, y en caso afirmativo, al lugar donde debe incluirse. En apretada condensación: según las actitudes comprobadas, la **información activadora** está ausente cuando se la considera riesgosa, tanto sea por alentar controversias, como por carecer de interés, sin descartar que la ausencia sea debida a una autolimitación periodística, tendiente a evadir la obligación de difundir precisiones sobre problemas concretos, toda vez que van dirigidas a personalidades o a políticos.

Tal como expresan los AA, si el problema se observa desde el punto de vista del lector, puede pensarse que la información, además de aportar conocimientos referidos a motivos de interés público, debe incluir oportunidades para expresar preferencias de tipo político.

En el cierre de este marco de referencia, puede inferirse en el “metro study” que la presencia de IA en editoriales y en cartas de lectores publicadas en los 11 diarios aludidos es tan extremadamente baja, como lo es en otras informaciones conflictivas sobre temas de interés social. Esto, en realidad — afirman los autores — no era por cierto predecible.

Cartas de lectores publicadas por el "Register Guard"

Sobre la base enunciada, el mismo Lemert — asociado para el nuevo estudio con Jerome P. Larkin — decide profundizar la investigación en torno a la ausencia de IA en las cartas que los lectores remiten a los editores responsables de los periódicos. En este caso, el análisis se circunscribe a un solo diario, el **Register Guard**, editado en Eugene (Oregon, EE.UU.).

En el inicio, los investigadores formulan posibles explicaciones sobre la ausencia de IA en la correspondencia de los lectores. Indican, por ejemplo, que esa clase de información no sólo está ausente en las llamadas **cartas al editor**, sino que tampoco aparece en el resto de la página editorial ni en la opuesta. En tales espacios, únicamente se incluye un siete por ciento de **información activadora**.

Cabe una segunda explicación: tal vez el propio editor periodístico elimina la IA contenida en las cartas o directamente descarta las misivas que incluyen esa clase de información. También es posible que el lector mismo sea renuente a incluir IA en su correspondencia. Sobre esta última posibilidad, los AA conjeturan que si escribir cartas es un acto expresivo, y si una persona desea manifestarse en torno a un problema, quizás lo que quiere es difundir con claridad su propia visión política.

Es decir que para alcanzar esa meta, el lector puede no necesitar una "irrelevante IA". Antes bien — como aclaran Lemert y Larkin — los remitentes pueden pertenecer a elites informadas ("insiders") que se dirigen, bien a otras elites, bien a los responsables de la página editorial, casos éstos en los que tampoco parece ser apropiada la IA.

¿ Quiénes escriben cartas a la prensa ?

Según los autores, algunos estudios sugieren que quienes escriben **cartas al editor** no son representativos de la mayoría de los lectores, al menos en términos demográficos. Por el contrario, los autores de cartas que llegan a ser publicadas provienen generalmente de ocupaciones de "alto status", lo cual no supone que deban ser consideradas personas informadas ("insiders") o lo que es lo mismo, que pertenezcan a grupos aventajados por el hecho de poseer información de primera mano, que la mayoría de los lectores no posee.

En realidad, parece todo lo contrario, ya que esos remitentes demuestran — al quejarse o protestar usualmente sobre lo que ya ha transcurrido — como si más fueran desinformados ("outsiders") o no pertenecientes a elite alguna.

En relación con este último aspecto, los AA consideran que la mayoría de los estudios se centran sobre personas cuyas cartas son

publicadas ("printed" o "successful writers"). De esa manera, los estudios demográficos efectuados no representan — a juicio de Lemert y Larkin — a la generalidad de los remitentes. Esto significaría que los editores de un medio periodístico descartan la correspondencia remitida por quienes pertenecen a los segmentos menos aventajados de la sociedad. Como se verá más adelante, los citados autores diseñan una original submuestra de escritores "descartados" por el medio de prensa.

La muestra analizada

Como se anunció, Lemert y Larkin estudian las cartas editadas por el **Register Guard** durante el período que va del 1º al 15 de febrero de 1978. En ese lapso, llegan al diario 153 cartas y los AA, valiéndose de la guía telefónica local, ubican a los remitentes, distinguiendo a aquéllos cuyas misivas son publicadas, de quienes son "rechazados" por el medio periodístico.

Además, tal conjunto de remitentes es enriquecido con una submuestra de control, integrada por habitantes de la misma localidad, elegidas por una condición: no haber escrito cartas al **Register Guard**. En definitiva, luego de prolijas depuraciones, la muestra general queda integrada por 59 "no remitentes", 24 "remitentes rechazados" y 66 "remitentes aceptados".

A partir de ese diseño y contando con los datos de identificación que acompañan a cada carta, el equipo de investigación entrevista a quien tiene a su cargo la edición de cartas dentro del **Register Guard**. La entrevista tiene por objeto conocer cuál es la política seguida por ese diario en materia de **cartas al editor**, especialmente en lo que concierne a la razón que guía el rechazo o el tratamiento periodístico de ciertas misivas.

Tipos de información activadora

Con el propósito de analizar las 153 cartas recibidas, los AA distinguen tres Tipos de IA. En primer lugar, consideran lo que ellos pasan a denominar "**IA ubicacional**", es decir aquella información referida a datos de tiempo y lugar, que resultan necesarios para desencadenar una actividad que se halla en estado potencial. Valga el caso: "... mañana a las 21, podrá verse en Canal 10".

En segundo término, los AA distinguen la "**IA identificatoria**", que se ocupa de descripciones físicas o de nombres, sin descartar, excepcionalmente, alguna dosis de información ubicacional. Como se explicará más adelante, esta probable superposición puede dar lugar una crítica del criterio de clasificación adoptado por Lemert y Larkin.

Por último, los AA distinguen un tipo de "IA táctica", dedicada a proponer modelos de conducta, tanto sea en forma explícita como implícita: recetas, indicaciones sobre cómo actuar en concentraciones públicas, propinas que se estilan en determinado lugar, etc.

Principales resultados

Los primeros resultados que arroja el análisis de las cartas recibidas por el **Register Guard** durante la quincena inicial de febrero de 1978 indican que la posibilidad de descarte es más alta, cuando una misiva contiene IA en su texto. En general, los editores no suprimen la IA incluida, sino que directamente separan las cartas que contienen dicha clase de información. En ese sentido, interesa a los autores destacar que el porcentaje de cartas que incluyen IA y son publicadas, es prácticamente el mismo que arroja el análisis de los 11 diarios considerados en el "metro study", mencionado precedentemente.

De acuerdo al análisis efectuado, Lemert y Larkin sugieren que los resultados pueden ser considerados desde dos perspectivas diferentes:

1º) Desde el punto de vista de los editores a cuyo cargo está la sección periodística dedicada a la correspondencia de lectores:

a) El medio establece una **política explícita** en materia de selección de cartas: extensión del texto, cantidad de cartas que un mismo lector puede publicar en períodos determinados, etc.

b) Los periodistas a cargo de la selección se guían también por una **política implícita** que lleva a descartar, por ejemplo, aquella correspondencia motivada por quejas directas de consumidores acerca de comercios determinados o, en otro caso, cartas que informan sobre concentraciones o encuentros públicos.

c) Existe en el medio periodístico una política contraria a la inclusión de informaciones en estilo de "solicitudes", dentro de la sección de **cartas al editor**.

d) En realidad, esas políticas – tanto las **explícitas** como las **implícitas** – dan más valor a la información que concierne a temas de interés social, que a la información que indica precisamente a la gente qué puede hacer con relación a esos temas.

e) En conclusión, es muy probable que la IA sea eliminada del texto de las cartas, o que las misivas que la contienen sean descartadas por el editor.

2º) Desde el punto de vista de los remitentes, la investigación demuestra que la IA es igualmente escasa en las cartas excluidas o rechazadas. Es posible que los mismos remitentes sean renuentes a incluirla

y para indagarlo, Lemert y Larkin recurren a la distinción entre “**no remitentes**”, “**remitentes aceptados**” y “**remitentes rechazados**”.

Si se considera que las actitudes de los remitentes hacia la IA forman parte de la explicación, los AA llegan a una conclusión: quienes escriben cartas evitan la IA más a menudo que quienes no remiten cartas.

En esa misma línea, Lemert y Larkin consultan a los integrantes de la muestra, a fin de establecer precisiones sobre los **propósitos** que tenían en mente al escribir sus cartas al periódico. En el caso de los “**no remitentes**”, se les solicitó que imaginaran cuál hubiera sido su intención en caso de haber escrito una carta al medio de prensa. Las respuestas alternativas fueron expuestas a los tres grupos de la siguiente manera:

a) Informar y persuadir a los lectores del diario sobre materias que a usted le conciernen.

b) Comunicar a la gente fechas, lugares y horarios en los que puede actuar, si coincide con usted.

c) Expresar su opinión claramente y con buena redacción, sin que importe que la forma de pensar de los lectores cambie o no por ello.

Las respuestas obtenidas demuestran que los dos grupos de remitentes, son más dados a considerar que sus cartas son **más efectivas** que otras. Este hallazgo – según Lemert y Larkin – es consistente con el alcanzado por otros estudios, en los que se arriba a la conclusión siguiente: Muy pocos “**remitentes aceptados**” escriben para obtener autosatisfacción. En cambio, muchos lo hacen pensando que pueden influir sobre determinados acontecimientos o sobre la misma opinión pública.

Eficacia de las cartas de lectores

El estudio de Lemert y Larkin también pretende aproximarse con rigor al conocimiento de lo que opinan los integrantes de la muestra, sobre la **eficacia** que pueden alcanzar las cartas de lectores. En este aspecto, las respuestas fueron ordenadas en tres ítems, siguiendo la conocida clasificación utilizada en Ciencias Políticas.

Dos aspectos merecen destacarse: en primer lugar, la alta confianza de los “**remitentes aceptados**” sobre la efectividad de las cartas. En segundo término, la escasa confianza que casi por igual experimentan los “**remitentes rechazados**” y los “**no remitentes**”.

Ahora bien, ¿en qué basan las personas consultadas tales expectativas? Los autores se formulan esta pregunta y encuentran que cerca de un 40 por ciento de los “**remitentes aceptados**” pudo nombrar cinco o más canales de influencia sobre las decisiones gubernamentales. En

cambio, sólo un diez por ciento de los “no remitentes” respondió de manera similar.

Un paso más adelante, la investigación de Lemert y Larkin permite comprobar que los “remitentes aceptados” participan en variadas actividades dirigidas a influir sobre sucesos de carácter político. Esto es evidente al comparar las respuestas de los dos grupos de remitentes de cartas: los “aceptados” declaran haber intervenido en una mayor variedad de actividades que los “rechazados”.

Al interpretar estos resultados, Lemert y Larkin destacan que los “remitentes aceptados” podrán a menudo ser considerados “insiders”. Al menos, de las entrevistas surge que ellos ocupan cargos públicos y que varios más aspiran acceder al ejercicio de cargos de responsabilidad en el corto plazo.

Comparación demográfica

A diferencia de otros estudios realizados sobre el tema de las cartas de lectores, la investigación que describimos no asigna un énfasis especial a los aspectos demográficos. De cualquier manera, los AA consideran que tal tipo de precisiones puede proveer una base de comparación con análisis anteriores. Así, Lemert y Larkin encuentran que, coincidentemente con otras muestras, la por ellos estudiada indica que los remitentes de cartas son, en su mayoría, personas de más de 50 años, varones y profesionales. Más en detalle, los investigadores observan que los remitentes “rechazados” tienden a ser personas de 60 o más años, que han cursado más años de educación y que están retirados de su actividad.²

Asimismo, los resultados indican que los integrantes de cada uno de los grupos no se diferencian únicamente por atributos tales como **edad, sexo, educación, actividad**, sino que se caracterizan por el **propósito que los guía a escribir**, por la **confianza que tienen sobre la eficacia que alcanzarán sus misivas**; también se caracterizan por sus relaciones y por el conocimiento de canales y estrategias utilizables para participar e influir especialmente en procesos de carácter político.

Así, los AA creen posible — aun cuando no se desprenda de los datos obtenidos — que los “remitentes aceptados” se dirijan, como se dijo, a otras élites informadas, razón por la que no necesitarían incluir IA en sus cartas.

Políticas de los medios

En conclusión, Lemert y Karkin interpretan que algunas **políticas implícitas** sugeridas por los editores — aun cuando en forma

aislada puedan ser plausibles — en su conjunto reducen las oportunidades para que la IA esté presente en las cartas remitidas al medio periodístico.

Ello es más apreciable — explican los autores — al analizar algunas respuestas que los editores envían a los “remitentes rechazados”. En esas contestaciones se indica, precisamente, que la IA incluida en las misivas es el factor determinante de la exclusión.

En cuanto a tal política de selección, los AA reconocen que el exceso de oposición de los editores, en cuanto a no aceptar correspondencia que incluya **información activadora** en su texto, no aparece con suficiente evidencia en el conjunto de los resultados obtenidos en la investigación.

Hay otra perspectiva que merece ser considerada: cualquier explicación basada en las actitudes de los remitentes, debe considerar — siempre a juicio de Lemert y Larkin — la posibilidad que tales remitentes hayan sido — por así decir — “enseñados” por el periódico, a fin de que no incluyan IA en la correspondencia. Esto no excluye otro tipo de actitudes, que inclinaría a los lectores hacia la escritura de cartas inspiradas en una intención: persuadir e informar a los lectores de prensa en torno a temas concretos, carentes de IA.

Generalización de los resultados

Lemert y Larkin no dejan de evaluar la generalización potencial de los resultados obtenidos y lo hacen desde la perspectiva de la política de selección adoptada por el **Register Guard**. Es aquí, especialmente, donde los autores encuentran que las políticas explícitas e implícitas son similares a las observadas en estudios previos, centrados en importantes sectores de la prensa estadounidense.

Asimismo, los AA encuentran que la relación “cartas recibidas-cartas publicadas” (69 por ciento) tal como se da en el “**Register Guard**”, es semejante a la comprobada en el ya mencionado “metro study”. Esta semejanza se extiende al concepto que los editores tienen de la sección dedicada a la publicación cartas de lectores: tal espacio es considerado cual un foro para la exposición de temas y problemas concretos, y no como un simple boletín informativo.

El estudio de Lemert y Larkin permite asegurar que la IA resta posibilidad para que algunas **cartas al editor** sean publicadas por la prensa analizada. Pero, como ellos preguntan, ¿puede este hallazgo ser generalizado? Los autores consideran que cierto fundamento para la generalización puede ser ubicado en la semejanza de las caracterizaciones establecidas en el estudio, con relación a las obtenidas en investigaciones anteriores y más amplias.

De cualquier forma, un interrogante preocupa a los autores: aunque se acepte que los remitentes de cartas excluyen la IA, cabe preguntar si tal actitud uniforme en distintos periódicos, es resultado de la propia naturaleza de la correspondencia que el remitente dirige al grupo editor (o a los lectores de la página editorial que tiene en mente al escribir) o si en cambio responde a una especie de "lección" que los editores difunden, al no publicar cartas portadoras de **información activadora**.

Calidad del trabajo de Lemert y Larkin

Por nuestra parte, consideramos que el problema que significa el bajo nivel de IA existente en una muestra de cartas de lectores enviadas al **Register Guard**, ha sido planteado con adecuado rigor metodológico en el trabajo publicado por los autores en el **Journalism Quarterly**.³

Tal precisión, a nuestro entender, caracteriza tanto al concepto de **información activadora** y a su clasificación en tres tipos, como a las variables y categorías diseñadas por los AA. Tal vez, podría objetarse la presencia de cierta ambigüedad en la definición de "**IA identificatoria**": la misma no constituye una categoría excluyente, debido a que, si bien con carácter excepcional, admite en su estructura cierta presencia de "**IA ubicacional**".

Aun cuando Lemert y Lark entiendan que tal situación se da en pocos casos, dable preguntar: ¿o se trata de una impresión capaz de afectar la calidad del análisis y la definición del marco de referencia en el que se basará la interpretación de resultados?

En lo demás, consideramos que la operacionalización de los constructos ha sido claramente expuesta, de manera tal que su relación con los datos empíricos, resulta evidente, a la vez que definida con objetividad. En forma similar, parece adecuado el experimento elegido, debido a que, sin énfasis pero sí con originalidad, permite una mejor definición del **perfil demográfico de los remitentes**. La idea es comparar las características y las opiniones de los "**remitentes aceptados**", con las de los "**remitentes rechazados**" y con las de un tercer grupo de control: es el integrado por los "**no remitentes**" de cartas al periódico analizado.

Este criterio de comparación de tres grupos claramente diferenciados, eleva sin duda la calidad de los resultados. Cabría, sin embargo, una objeción: no aclaran los AA si los integrantes de la muestra son lectores habituales del **Register Guard**, una condición que es no sólo importante sino indispensable, debido a que de ella dependería el crédito que se asigne a las respuestas y opiniones, especialmente en lo que concierne al efecto provocado por las políticas implícitas y explícitas adoptadas por el **Register Guard** en materia de selección de cartas al editor.

Otro aspecto que puede restar valor a los resultados, es el que se relaciona con el criterio seguido en la selección de cartas publicadas por el periódico. Es cierto que al integrar tal cupo de correspondencia Lemert, Larkin se internan en un terreno poco explorado. Pero también es evidente que al tomar esa decisión, los AA se ven obligados a presentar una solicitud al **Register Guard**: la conservación de los originales o las copias de aquellas cartas "rechazadas.. entre el 19 y el 15 de febrero de 1978, período que cubre el análisis de Lemert y Larkin.

Según explican los AA en su informe final, la conservación de cartas que no van a ser publicadas no está prevista en la política de archivo del **Register Guard**. Por lo tanto, cabe una pregunta: No es posible que el pedido de los AA haya influido sobre las actitudes y comportamientos de selección de quienes tienen a su cargo la sección **cartas al editor** ? Si esto fuera así, no es improbable que las cartas analizadas hubieran sido elegidas para publicación o bien rechazadas, de acuerdo a **criterios atípicos**, lo cual restaría mérito a la generalización de los resultados y conclusiones del estudio de Lemert y Larkin.

Representatividad de la muestra

Otra cualidad a evaluar se relaciona con la **posibilidad de expresar cuantitativamente la evidencia** que este estudio propone, como fundamento de las conclusiones finales. Según nuestra opinión, los datos de las diferentes tablas diseñadas por los AA así lo permiten. Con más precisión, Lemert y Larkin destacan una coincidencia: es la que se establece entre los resultados por ellos obtenidos (p. e. el bajo nivel de siete por ciento de IA detectada en el **Register Guard** con aquellos logrados por el "metro study", que cubre, como se ha explicado, una muestra de 11 diarios estadounidenses.

Partiendo de esta semejanza, los autores extienden la confiabilidad al resto de los resultados, si bien ellos mismos reconocen la limitación de los datos finalmente expuestos, para responder, valga el caso, a un interrogante de no poca importancia: ¿ En qué medida las **políticas implícitas** de selección de cartas adoptadas por el periódico influyen en la escasa presencia de IA en la correspondencia recibida ?

En principio, el estudio que analizamos se extiende hasta un umbral suficientemente amplio como para aportar precisiones en torno a la existencia de **información activadora** en las **cartas al editor**. No obstante, en última instancia sólo podríamos considerar que los casos examinados son suficientemente representativos, si la muestra elegida por Lemert y Larkin es tomada como desprendimiento de una mayor, cual es la que concierne al sector de prensa de EE. UU. estudiada por el "metro study".

De otra manera, con un criterio más exigente, no surgen suficientes fundamentos que avalen la representatividad de la muestra. Esta objeción puede apoyarse en los siguientes razonamientos:

- 1º) Los AA no informan sobre si la cantidad de cartas recibidas, publicadas, devueltas o rechazadas por el **Register Guard**, tiene relación con cupos promedios, recibidos por el diario en otros períodos de la misma extensión. Es decir, no es posible establecer si el total de correspondencia recibida y tratada entre el 1º y el 15 de febrero de 1978, constituye o no una **coyuntura informacional atípica**.
- 2º) Ese período fue elegido — como refieren Lemert y Larkin — por su coincidencia con el término invernal del Curso de Metodología de la Investigación, para graduados de la Universidad de Oregon (EE. UU.). El informe no explica si esa quincena de febrero reunía las condiciones exigibles para esta clase de investigación en particular.
- 3º) Para determinar la muestra más conveniente, tal vez hubiera sido más pertinente tener en cuenta la relación entre **cartas recibidas**, con la **cantidad de lectores del Register Guard**, dato que puede ser calculado sobre la base de la **tirada promedio** del diario.

Utilizabilidad de los resultados

Lo expuesto hasta aquí da paso a la evaluación de la aplicabilidad de los resultados alcanzados por Lemert y Larkin en su estudio. En realidad, el informe no formula recomendaciones explícitas sobre tal destino, no obstante lo cual, las mismas pueden surgir implícitamente en el contexto del trabajo. Por lo tanto, tal vez convenga analizar la **utilizabilidad** desde tres perspectivas diferentes, aunque para este caso relacionadas entre sí:

- 1º) **Apoyo de futuras investigaciones.** El presente estudio constituye un interesante apoyo para quienes investigan el problema de la participación social a través de los medios de comunicación social, no sólo en lo que concierne específicamente a la presencia de **información activadora** en las cartas de lectores, sino entre otros aspectos importantes: perfil demográfico de los remitentes, los propósitos que inspiran la escritura de las cartas, el valor de esta vía de expresión frente a otros recursos de expresión, etc.⁴

- 29) **Establecimiento de políticas de participación.** Un estudio como el realizado por Lemert y Larkin puede influir sobre los editores responsables de los medios de prensa (y por extensión, sobre los responsables de la conducción de emisoras radiales y canales de televisión) en el sentido de motivarlos hacia el establecimiento, revisión y flexibilización de sus políticas explícitas e implícitas, en materia de participación del lector. Tales políticas, están referidas no solamente a la IA: en una visión más abarcadora, atañen a la incentivación, selección, publicación, respuesta y archivo de cartas al editor.⁵
- 30) **Reflexión de los lectores.** Desde este punto de vista, las conclusiones a las que arriban los AA pueden constituir un motivo de reflexión sobre el valor potencial de participación que encierra la correspondencia entre los lectores y su medio de prensa. Esta reflexión puede centrarse en las causas probables que limitan la presencia de IA en las cartas que llegan a un periódico o revista: políticas implícitas del medio, percepción de esas políticas por parte del lector o, entre otras causas, la decisión propia y natural del remitente, en cuanto a no incluir tal tipo de **información activadora** en las cartas que envía al editor.

Expectativas de los posibles usuarios

Como se ha expresado, los AA no formulan una proposición concreta sobre el destino atribuido a las conclusiones de su estudio, que no sea la que implícitamente corresponde a toda investigación científica: esto es, la contribución al mejor conocimiento de un problema de interés social y al apoyo de futuros análisis sobre las posibilidades de participación que abre el correo de lectores.

En este caso, la comunicación de los resultados obtenidos y su interpretación resultan llamativos, debido a que no es abundante la documentación sobre el tema. Aquélla que hemos podido consultar, se limita a destacar la importancia potencial que encierra la correspondencia de los lectores como vía de participación social, recomendándose en no pocos casos la conveniencia de estudiar el problema con rigurosidad. De allí entonces la conformidad que es capaz de encontrar la investigación de Lemert y Larkin particularmente entre quienes estudian ese aspecto de la comunicación social y por extensión, entre lectores y editores.

Desafío de los resultados

Si nos atenemos a lo expuesto en el informe, los resultados de la investigación coinciden, en líneas generales, con estudios anteriores efectuados sobre sectores más vastos de la prensa estadounidense. Por ello es posible que el mayor desafío formulado por Lemert y Larkin resida en la decisión de incorporar a la clásica muestra de **lectores cuyas cartas son publicadas por la prensa**, el elemento de contraste de **aquellos cuya correspondencia es descartada**. Asimismo, es también novedosa la ampliación de la consulta a un tercer grupo: **los lectores que no escriben al medio periodístico**.

En definitiva, el presente estudio constituye un interesante aporte para el mejor conocimiento del perfil demográfico de los remitentes, como así también de otros aspectos no menos importantes: el propósito que alienta en esos lectores, la confianza que depositan en la correspondencia ya la capacidad que poseen tales remitentes, para ejercer influencia a través de otros canales de participación existentes en la sociedad.

A partir de esta base, se abren posibilidades para ampliar y profundizar el estudio de la problemática, en lo que concierne, valga el ejemplo, al diseño de muestras más representativas o, como los mismos AA sugieren, al mejor conocimiento de una política que hasta el momento no ha sido valorada suficientemente: es la que en forma implícita ejerce el medio periodístico sobre los lectores, constituyéndose en una de las causas probables que determinan la **ausencia de información activadora en las cartas al editor**.

NOTAS

(1) Lemert, James B. and Larkin, Jerome P. "Some reasons why mobilizing information fails to be in letters to the editor". *Journalism Quarterly* (Autumn 1979) V56 N° 3 pp 504/512.

(2) Cf. Smania, Eduardo V. **Participación del lector en el futuro de la prensa**. Tesis doctoral, Universidad Nacional de Córdoba, Argentina (fotocopia) 1985, 372 pp. El perfil del lector remitente delineado a través de esta tesis es similar al definido por Lemert y Larkin.

(3) Murat, Franco. **Temas de metodología de la investigación en ciencias sociales**. Editorial TAPAS, Córdoba, 1982, 102 pp. El análisis crítico del trabajo publicado en el *Journalism Quarterly* adopta la metodología propuesta por el Dr. Murat.

(4) Cf. Smania, E. V., ob. cit., pp. 172/200.

(5) Cf. Ibidem, pp. 250 y ss.