

# **ESTUDIO SOBRE LOS EFECTOS DE LA PRESIÓN POLÍTICA Y CIUDADANA EN LAS RUTINAS PROFESIONALES DE PERIODISTAS DE TRES CIUDADES LATINOAMERICANAS – CHILE.**

## **RESEARCH ON THE EFFECTS OF POLITICAL AND PUBLIC PRESSURE ON THE PROFESSIONAL ROUTINES OF JOURNALISTS IN THREE LATIN-AMERICAN CITIES – CHILE.**

**FERNANDO GUTIÉRREZ ATALA**

Lic. en Comunicación Social por la Universidad Católica de la Santísima Concepción - Chile, Dr. en Ciencias de la Informática por la Universidad Complutense de Madrid - (España), académico de la Facultad de Comunicación, Historia y Ciencia de la Universidad Católica de la Santísima Concepción - Chile, E-mail: fgutierrez@ucsc.cl

**JAVIER FERREIRA JIMÉNEZ**

Maestro en Desarrollo Educativo y Social U. Pedagógica Nacional/CIDH (Colombia), académico de la Facultad de Comunicación y Artes Audiovisuales U. Autónoma de Bucaramanga - Colombia, E-mail: jferreira4@unab.edu.co

**HERNÁN PAJONI**

Magíster en Comunicación Universidad Nacional de La Plata (Argentina). Académico de la Facultad de Ciencias Sociales de la U. Católica - Argentina, E-mail: hernan\_pajoni@uca.edu.ar

Recibido el 04/05/2015  
Aprobado el 18/06/2015

### **RESUMEN**

Este estudio presenta resultados específicos que derivan de una investigación global desarrollada por académicos de cinco países sudamericanos. Ésta tiene por objetivo amplio identificar las condicionantes que afectan la labor informativa en periodistas latinoamericanos, en diversos ámbitos y soportes. El siguiente texto exhibe datos de tres ciudades de Chile, Argentina y Colombia, ceñidos a dos aristas: la relación entre los periodistas y el poder político y la influencia de la audiencia en la construcción de la realidad social a través de los medios. Es un complemento cualitativo fruto de una serie de entrevistas realizadas ante fines de 2014 y principios de 2015. Con una lógica deductiva basada en los cinco modelos de relación entre el sistema mediático y el político propuesto por Casero en 2008, el texto ofrece una batería de hallazgos particulares acerca de las presiones que afectan al ejercicio periodístico de cada país y también ideas transversales que llaman a reflexionar sobre el estado del periodismo, como la negociación de información, la burocratización, la deslegitimación legal, las dificultades para investigar, el imperio del infoentretenimiento y el posicionamiento de la audiencia como determinante de contenidos.

**Palabras clave:** Rutinas periodísticas, condicionantes, presiones, audiencias activas

### **ABSTRACT**

This research present the specific results from a global research developed by academicians from five latin-american countries. The objective is to identify the conditions that affect the informative labor of latin-american joinalists in different scopes and supports. The following text shows data from three cities from Chile, Argentina and Colombia, adjusted to two topics: the relationship between journalists and political power and the influence of audiences on the construction of societal reality through the media. It's a qualitative feature made from interviews made in late 2014 and in early 2015. With a deductive logic based on Casero's five models of political-media relationship, the text offers a number of particular findings about the conditions that affect journalist in every country and also transverse ideas that inspires to reflect about the state of journalism, like information exchanges, bureaucratization, delegitimization, investigative issues, the info-entertainment empire and the positioning of audiences as a content determiner.

**Keywords:** Journalism, journalistic routines, conditions, political pressure, active audiences

## I. INTRODUCCIÓN

En los últimos años y a nivel global, la actividad del periodista se ha complejizado. En ello inciden variados factores, desde el tecnológico (surgimiento de internet, su expansión y el fenómeno de la digitalización) hasta el social, derivado del anterior, con la mediatización del mensaje y del discurso, el empoderamiento de las audiencias y la globalización y aceleración de la realidad informativa.

Este fenómeno parece ser especialmente preocupante en el contexto latinoamericano, siempre expuesto a las vicisitudes provenientes del ámbito gubernamental, legislativo y social. Diversos estudios demuestran mediante sondeos por la vía cuantitativa cómo la forma de hacer periodismo en los países sudamericanos está cada vez más amenazada y sujeta a condiciones, con evidentes implicancias en la calidad de los productos ofrecidos y el desdibujo de la labor social de los medios.

Así como el convulsionado devenir de la sociedad actual, el periodismo como profesión no ha estado exento a los cambios surgidos. La vorágine con la que se desarrolla la actividad informativa en estos días probablemente sea un reflejo del mundo del Siglo XXI, donde la tecnología rompió gran parte de los paradigmas e impone nuevas formas de vivir, de comunicarse y de informar.

Ya en 1999, Martínez Albertos tenía una mirada retrospectiva y señalaba que antes, en los periodistas destacaban valores como la información, conocimiento, determinación de las nociones de verdad y mentira. Sin embargo, “estos valores pueden quedar seriamente afectados en las próximas décadas como consecuencia derivada del impacto de las nuevas tecnologías aplicables a los fenómenos de la comunicación de masas” (Martínez Albertos, 1999, p.20). Este impacto queda en evidencia con la aceleración informativa actual, la que convierte la inmediatez en una peligrosa obsesión, instalándola como objetivo prioritario y a la que deben supeditarse todos los demás valores de la información tradicionalmente respetados como el rigor, el contraste o profundidad. Todos se subordinan a ella y “la feroz competencia entre los medios impide renunciar a la urgencia informativa”, jibarizando el proceso comunicativo y convirtiéndolo en una competencia sin tregua (Serrano, 2014, p.67).

Esta excesiva competencia está mutando de la era de los medios de masas a la era de “la masa de medios” (Ramonet, 2011, p.22). Explica el autor que de unos cuantos “medios-sol” en el centro del sistema, que determinaban la gravitación universal de la comunicación y de la información a su alrededor, ahora los “medios-polvo”, diseminados por todo el sistema, son capaces de aglutinarse y amalgamarse para convertirse en súper plataformas mediáticas gigantes. Es decir, presenciamos el paso de un sistema media-céntrico a uno yo-céntrico, con el internauta como centro del mismo.

Desde toda perspectiva, la tecnología propició –y seguirá propiciando– un cambio en el sistema de comunicación, “desde el momento en que introdujo nuevas formas de creación colectiva de contenidos (Alonso, 2010, p.24). Todo decanta en las redes sociales, plataformas que permiten un interminable flujo de información de alta valoración social y comunitaria, pero que no necesariamente es originada por profesionales de la comunicación lo que actualiza y da sentido a la idea de una “mayor democratización de la información” (Ramonet, 2011, p.23), pero al mismo tiempo da el punto de partida para una serie de riegos y desafíos de actualización y reperfilamiento a los profesionales de la información.

## II. MARCO TEÓRICO

### 2.1 El periodismo en Latinoamérica

Al hablar de Latinoamérica debemos tener en cuenta que “los países latinoamericanos son actualmente resultado de la sedimentación, yuxtaposición y entrecruzamiento de tradiciones indígenas (sobre todo en la áreas mesoamericana y andina), del hispanismo colonial católico y de las acciones políticas, educativas y comunicacionales modernas” (García-Canclini, 2001, p.86). Con el asentamiento de la globalización cultural hay que tener en cuenta que las identidades ya no solo se construyen desde las raíces propias de cada cultura. Debemos tener en cuenta una nueva dimensión definida como *moving roots*, las cuales hacen referencia a las redes y flujos culturales fruto de migraciones y movilidades, que desanclan la identidad cultural tradicional (Barbero, 2003, p.21). De esta manera, se desarrollan comportamientos comunes entre sociedades con similar desarrollo económico, cultural y político (Inglehart & Carballo, 1997, p.35). Sin embargo, si bien, pueden presentar características comunes también presentan unas características propias derivadas de la propia realidad nacional.

Esta cuestión también es aplicable al ejercicio del periodismo. El estudio de la figura del periodista a nivel latinoamericano involucra el desafío de homogeneizar grupos culturalmente muy diversos. Pero, se posibilita la investigación comparativa al definirse "elementos comunes que han venido definiendo al periodismo en esta zona" (Mellado, 2009, p.194). El punto de encuentro son, justamente, los condicionantes en la rutina laboral periodística abordados en esta investigación.

Un periodista no consiste en un autómatas transmisor de contenidos, por el contrario, actúa en función de valores y paradigmas y esta materia subjetiva deja adherencias en sus crónicas, aun cuando se esfuerce en ser imparcial, un invisible mensajero de la actualidad. "Por eso, en América Latina, el periodismo puede ser de alto o bajo nivel. Admirable, o execrable, pero solo en casos excepcionales logra ser objetivo" (Vargas Llosa, 1998).

Si bien cada país tiene sus particularidades en su relación medios-sociedad, el problema de los medios existe en todas las sociedades (McChesney, 2004, p.16). Sin importar la época en la que se encuentre, el periodista latinoamericano desarrolla su trabajo acorde a su propia realidad. Después de más de treinta años del periodo de dictaduras latinoamericanas "existe la misma tensión entre aquellos que tienen el poder y los que no, la batalla solo asume diferentes formas. Los medios están en el centro de los conflictos por poder y control en cualquier sociedad" (McChesney, 2004, p.17). Tal es el caso de países como Argentina, donde el Estado vuelve a reposicionarse como el actor central de la regulación mediática y los medios (Guerrero y Márquez, 2014, p.144).

Pero, además, se registran cambios con motivaciones políticas o institucionales que han afectado las estructuras mediáticas y políticas de comunicación en cada país. Por ejemplo, en el caso de Chile y Colombia "las reformas mediáticas crearon condiciones para que el capital extranjero se aliara con corporaciones locales (...) o para hacerse adquirir por otros grupos mediáticos extranjeros" (Guerrero y Márquez, 2014, p.141). Trascendiendo las décadas, pareciera que en Latinoamérica es común que "aquellos en el poder generan un sistema de medios que apoya su dominación y minimiza posibilidad de oposición efectiva". Ejemplo de ello es México, donde los propietarios y ejecutivos de los medios están jugando un papel cada vez más activo

en la vida política (Guerrero y Márquez, 2014, p.148). Todo esto se basa en la idea de que el uso de los medios de comunicación como principal vehículo para hacer política y tomar al asalto los gobiernos "ya es una realidad en los países de economía. La casuística es variada, aunque similar en lo esencial" (Serrano, 2012, p.22).

Este contexto socio-cultural que se puso en marcha en el siglo XX, sumado a la modernización de los procesos permite afirmar que en América Latina "la revolución tecnológica, la convergencia mediática y el papel del consumidor han transformado los ritmos y los modos en que se producen los mensajes, y con ello, las formas de expresión del periodismo" (Mellado, 2009, p.197).

## 2.2 Influencias en el ejercicio de la profesión periodística

La relación entre el sistema mediático y político puede asumir formas muy diversas. Casero propone cinco modelos para facilitar la interacción entre ambos ámbitos. Su identificación se basa en la articulación de dos grandes ejes: el grado de independencia o dependencia de los periodistas respecto de los sujetos políticos, es decir su nivel de autonomía profesional, y la naturaleza conflictiva o cooperativa de los vínculos que los unen (Casero, 2008, p.113)

El primer modelo es el *adversarial*, cuya función es actuar como contrapeso, desde una perspectiva netamente defensiva, para evitar los abusos del poder político y proteger tanto los intereses públicos como los valores democráticos. En el extremo opuesto se sitúa la segunda modalidad de relación entre periodistas y políticos. Se trata del modelo *colateral*, donde los periodistas aparecen como portavoces de puntos de vista similares a los sostenidos por partidos e instituciones políticas. El tercer modelo es el de *competición* en el que el periodista pone en acción su capacidad para afectar el comportamiento de ciertos actores en un sentido favorable a sus propios intereses: influye sobre el gobierno, pero también sobre los partidos políticos, los grupos de interés, los movimientos sociales, los componentes de su audiencia

La cuarta variante en tanto, corresponde al modelo *de intercambio*, en el cual tanto periodistas como políticos apuntan a alcanzar ciertos objetivos para con la audiencia. Sin embargo, no pueden perseguirlos sin asegurar alguna forma de

cooperación mutua. Se encuentra sustentado en las propuestas de Blumler y Gurevitch (1995, p.32). Finalmente, el quinto patrón corresponde al modelo de *negociación constante*, que nace fruto de la negociación continua que se establece entre el sistema político y el sistema comunicativo desde posiciones de relativa autonomía (Casero, 2003, p.289)

### III. METODOLOGÍA

El diseño metodológico tuvo un enfoque cualitativo, pues se busca cualificar y describir el fenómeno, no cuantificarlo. Esta mirada utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación. Sus alcances son exploratorios, utilizados cuando el objeto a examinar es un problema poco estudiado y descriptivos, que miden, evalúan o recolectan datos sobre diversos conceptos del fenómeno a investigar (Hernández, Fernández y Baptista, 2010, p.4-21)

La herramienta metodológica manejada para la recolección de datos fue la entrevista semiestructurada, siguiendo una pauta temática. Se trata de preguntas abiertas, donde el entrevistado puede construir su respuesta. Fue aplicada a un número considerable de entrevistados y así tener un patrón común para comparar resultados (Vieytes, 2004, p.503). Se realizaron 120 entrevistas a periodistas en activo en cada uno de los subgrupos nacionales (40 por país y 10 en cada soporte: prensa escrita, radio, televisión, cibermedios). Luego, las respuestas fueron transcritas y ordenadas en tablas sometidas a análisis por los investigadores, para la aplicación de la prueba de fiabilidad intercodificadores.

La fiabilidad es condición necesaria para la validación de cualquier estudio. Aunque no la garantiza, sí establece límites a la validez potencial de la información recabada. Actúa como salvaguardia contra la contaminación de los datos por efectos ajenos a las finalidades de observación, medición y análisis (Krippendorff, 1990, p.191-192). Para este estudio, se consideraron dos codificadores. Una vez ejecutado el trabajo de ambos, la fiabilidad de los resultados arrojados por sus análisis se calcula a través del procedimiento para datos nominales que plantea Holsti, cuya fórmula de fiabilidad es una de las más utilizadas en estudios de características similares (Igartua, 2006, p.221).

Consideraremos que  $Fiabilidad = 2 * M \div (N1 + N2)$ , donde M representa el número de decisiones de codificación en la que dos codificadores coinciden, mientras la suma de N1 y N2 expresa el total de decisiones de codificación de ambos codificadores. Para las condicionantes políticas tenemos: 2 un grado de fiabilidad de 0.9, mientras que para las condicionantes de presión social la prueba de fiabilidad arroja un 0.85. Si se establece que el nivel de acuerdo mínimo que se debe alcanzar para considerar que los datos son fiables es de 0,80 (Igartua, 2006, p.221), podemos considerar que nuestro estudio es altamente fiable con un resultado promediado de acuerdo entre codificadores de un 87,5%.

### IV. RESULTADOS

#### a *Resultado de las entrevistas a periodistas de Concepción (Chile)*

**Tabla 1.**  
**Presencia de los condicionantes en las entrevistas a periodistas chilenos.**

CHILE	Nº de entrevistas realizadas	Nº entrevistados que reconocen condicionantes
Condicionantes Políticas	40	6
Condicionantes de Presión Social	40	15

Fuente: Estudio sobre Rutinas Periodísticas

En lo referente a las presiones políticas, abundan casos donde se le ordena al periodista cubrir información de partidos políticos sin motivo fundamentado en la contingencia. En segundo lugar, políticos telefonean al reportero que escribió algo que no les favorece para quejarse. “En algunos casos incluso descalifican al autor de la noticia” (*Sujetos 7 y 21*). Hay insistencia a los medios para que cubran sus actividades. Según se afirma, “es extrema en algunos casos” (*Sujeto 27*). Estas presiones llegan a ser personalizadas (*Sujeto 1*). En tercer lugar, es una práctica común de políticos entrar en dinámicas de negociación con periodistas. Ofrecen “soltar” información exclusiva a cambio de favores (*Sujeto 4*). En cuarto lugar, es posible que políticos enemigos consideren a los medios como abanderados de su competencia si se publica sobre ésta de manera constante. El político puede llegar a advertir que “dejará de proveer información al medio” (*Sujeto 20*). En quinto lugar, se menciona “la necesidad de

un marco legislativo que permita asegurar condiciones básicas para hacer un buen trabajo y evitar un desamparo laboral” (*Sujeto 33*). En sexto lugar, el Código del Trabajo establece horas de trabajo máximas, pero esto no se aplica en algunos contratos de periodistas, por lo tanto, “los somete a horarios de trabajo ambiguos y sin límites definidos” (*Sujeto 17*). En séptimo y último lugar, ya en el plano del ejercicio, los equipos que asesoran comunicacionalmente a figuras públicas se presentan, en algunos casos, como obstáculos para el desarrollo de la labor periodística (*Sujeto 12*). Y en casos puntuales, las fuentes oficiales discriminan a los periodistas que consideran “poco serios” y, por lo tanto, les dificultan el acceso a información (*Sujeto 5*).

En cuanto a los condicionantes relacionados con presión social y audiencias, en primer lugar, se evidencia que agrupaciones sociales de distinta índole consideran que los medios están a su servicio y suelen dar instrucciones para que cubran sus informaciones. En caso de negarse, culpan al periodista de trabajar para la “burguesía” (*Sujeto 21*). En segundo lugar, según la plataforma, la influencia de las audiencias puede variar. En el contexto radial la demanda ciudadana siempre ha sido fuerte. Este fenómeno se vio incrementado drásticamente luego del terremoto del 27 de febrero de 2010, “cuando la radio cumplió un rol social importante” (*Sujeto 28*). Ahora los periodistas se enfrentan a una marea que “cree tener contenido noticioso cuando no es el caso”. Esto ocurre en cualquier sitio, tanto en oficinas como en la calle (*Sujetos 27 y 29*). En tercer lugar, temas sociales pueden “aparecer espontáneamente y modificar la agenda” (*Sujeto 5*), lo que lleva a pensar a la gente que sus problemáticas deben ser publicadas de forma instantánea por proveer información, pero no tienen noción de factores noticiosos. Esto se da especialmente en localidades más pequeñas y medios digitales (*Sujetos 10 y 11*). En cuarto lugar, en medios digitales, las críticas (comentarios) son crudas y despiadadas. “Sin importar la calidad de la elaboración, si el tema no es de agrado del público, se critica a destajo y sin fundamento”. Destaca el carácter violento de las opiniones (*Sujetos 11 y 14*).

## b. Resultado de las entrevistas a periodistas de Bucaramanga (Santander, Colombia)

**Tabla 2.**  
**Presencia de los condicionantes en las entrevistas a periodistas colombianos.**

COLOMBIA	Nº de entrevistas realizadas	Nº entrevistados que reconocen condicionantes
Condicionantes Políticas	40	14
Condicionantes de Presión Social	40	15

Fuente: Estudio sobre Rutinas Periodísticas

En lo referente a las presiones políticas, el periodismo independiente se ve condicionado por el pensamiento editorial (*Sujeto 74*). Según los propios periodistas “se debe ser menos agresivo con lo que se piensa respecto a la gobernación o alcaldía” (*Sujeto 79*) porque se sabe que “los políticos amenazan a periodistas cuando se ven involucrados en investigaciones” (*Sujeto 47*). Al ser el medio una empresa privada tiene una ideología política marcada, por esa razón “no se pueden tocar ciertos temas” (*Sujeto 52*). En segundo lugar, “el gobierno pretende que los medios repliquen sus mensajes” (*Sujeto 77*), pero ocurre también que por publicar ciertas informaciones de algún partido, son tachados como oficialistas y los contrarios no hablan con ese medio” (*Sujeto 43*). En tercer lugar, la política afecta los presupuestos. “Contratan amigos o personas afines a sus campañas y se les suministra en función de eso” (*Sujeto 77*). “No puedes hablar mal de un gobernador o alcalde o quedas marcado negativamente y no dan más publicidad” (*Sujeto 66*). Los políticos han creado un sistema en que el periodista paga por trabajar y en consecuencia “se ha perdido la calidad informativa” (*Sujeto 64*) por lo que “se perdió el enfoque periodístico” (*Sujeto 61*).

En cuanto a los condicionantes relacionados con presión social y las audiencias, en primer lugar existe violencia e intolerancia por parte de las personas (*Sujeto 43*) que creen “que los periodistas son sobornados para no hablar mal de los políticos” (*Sujeto 47*). Además, existen “presiones marcadas por las clases sociales” (*Sujeto 45*). En segundo lugar, las audiencias son muy exigentes: “si no hay buen periodismo no hay audiencia” (*Sujeto 65*) pero al mismo tiempo, se siente atraída por el morbo y si éste no está presente “el rating baja” (*Sujetos 75 y 80*).

c. **Resultado de las entrevistas a periodistas de Buenos Aires (Argentina)**

**Tabla 3.**  
**Presencia de los condicionantes en las entrevistas a periodistas argentinos.**

ARGENTINA	Nº de entrevistas realizadas	Nº entrevistados que reconocen condicionantes
Condicionantes Políticas	40	11
Condicionantes de Presión Social	40	8

Fuente: Estudio sobre Rutinas Periodísticas

En lo referente a las presiones políticas, los periodistas saben cuáles son los temas de los que no se puede hablar (*Sujetos 103 y 105*). Reconocen enfrentamientos ideológicos con las autoridades (*Sujeto 84*). Se naturalizó que “hacer periodismo es hacer oposición del gobierno, en cualquier cobertura o tema” (*Sujeto 89*). En segundo lugar, “o estás de algún lado político o ideológico o te involucran con alguno” (*Sujeto 109*), “las líneas editoriales de los medios están definidas por quienes están a favor o en contra del gobierno” (*Sujeto 101*). En tercer lugar, “Hay amistades por conveniencia, hay periodistas rentados por dirigentes o empresarios, hay información a cambio de silencios” (*Sujeto 83*). Los periodistas buscan equilibrar los intereses políticos dentro de alguna nota para evitar molestias (*Sujeto 87*) porque “reconocen que sus libertades dependen de la interacción con las partes políticas comprometidas en las notas” (*Sujeto 88*). En cuarto lugar, es una opinión transversal que el gobierno es en Argentina una presión constante. En televisión, se reconoce que en los últimos años no trabajaron cómodos por presiones editoriales y gubernamentales (*Sujeto 113*). Del mismo modo, una radio específica se definió contraria al gobierno, “por lo que las noticias negativas serán siempre prioritarias” (*Sujeto 110*). En quinto lugar, los periodistas confiesan que el llamado telefónico del político es el modo que más evidencia algún condicionamiento (*Sujeto 112*).

Respecto de las condicionantes que provienen de la presión social, se reconoce la activación de las audiencias pues “el periodismo ciudadano pasó a tener un lugar importante. Son un nuevo productor que te avisa dónde está la noticia” (*Sujeto 115*) y “las redes sociales ayudan a medir el impacto de un tema y a actuar en consecuencia” (*Sujeto 117*). De todas formas, vinculado al nuevo entorno tecnológico o no, el auditor/consumidor de información constituye una figura omnipresente que determina decisiones editoriales e informativas que el medio toma.

“Cada redacción que escribo es para comunicar a un lector que me imagino que necesita tales o cuales aclaraciones” (*Sujeto 82*), “El criterio principal para la definición de contenidos es por el espectador-tipo que define el noticiero. Cada editor de contenido decide lo que va y lo que no en función de eso” (*Sujeto 111*) y “¿Qué quieren nuestros oyentes? Es una pregunta que me hago siempre” (*Sujeto 107*). Aunque no todos los reconozcan como una condición, sí se le considera “una potencia para dirigir nuestro trabajo hacia ese diálogo imaginado con él” (*Sujeto 84*). En un nivel menor, aparecen presiones sociales vinculadas a la política: “tenemos la presión de que nos leen quienes adhieren a nuestra postura” (*Sujeto 81*).

## V. CONCLUSIONES Y CONSIDERACIONES FINALES

En términos generales, los periodistas responden a una realidad común negativa y estructural a la hora de hablar de transparencia para el periodismo, pues en todos los casos aparece –con distintos grados de intensidad- la carencia de un acceso expedito, seguro y real a fuentes de gobierno sin las cuales es imposible cumplir adecuadamente y de manera prolija la función informativa (y por ende social) que se espera de los medios de comunicación.

Pese a lo anterior, aparecen matices particulares en la situación de cada país, fruto de la interpretación del relato de los profesionales consultados, que puede resumirse en las siguientes ideas.

En Chile, las principales dificultades nacen de la estructura burocrática que tiene como consecuencia una disfunción del sistema, presionado por negociaciones y amiguismo político a la hora de conseguir información de fuentes oficiales. Al mismo tiempo, se detectó el problema opuesto, cuando personeros políticos necesitan visibilidad, en cuyo caso, la restricción de información es reemplazada por saturación de la misma, pero sólo en temas de interés para el demandante. Esta situación se da en todos los soportes informativos. El terreno de las audiencias pasa por un periodo de notoria actividad en un contexto de web 2.0. La democratización de la tecnología y el fácil acceso al debate público a través de casillas de comentarios, deja al periodista chileno expuesto a opiniones, en muchos casos, infundadas, crudas e incluso anónimas, lo que es ampliamente reconocido por los periodistas como un importante factor de desmotivación laboral.

En Argentina, aparece un sistema burocrático similar al chileno, pero altamente potenciado por la polarización y la efervescencia política, que genera un sistema informativo muy ideologizado con una dinámica de bandos y rivalidades omnipresente en todo el proceso de generar y transmitir noticias, en las cuales siempre subyace un matiz político-partidista. A ese contexto se suma la alta tensión en las salas de redacción, donde la presión editorial es reconocida como fuerte. Los resultados arrojados por los sujetos argentinos no explicitan una realidad tan extrema como otros países latinoamericanos. Sin embargo, a pesar de carecer de un ambiente de extrema violencia o miedo, existen factores condicionantes, que se encuentran en el terreno de las prácticas integradas y aceptadas como normales. Las audiencias se presentan también como un factor de presión, pero desde una perspectiva interna en la que el periodista argentino escribe para un lector ideal. Aún en un contexto altamente politizado, no hay evidencias de que las audiencias se manifiesten de forma condicionante.

En Colombia, el principal problema es la deslegitimación legal de la función periodística, que se traduce en la proliferación de “periodistas empíricos” y la restricción al acceso a información oficial. En forma paralela, los periodistas coartan su accionar producto de la influencia del poder político que se traduce ocasionalmente en amenazas directas o indirectas, debido a que muchos de los medios tienen dependencia gubernamental. Otros medios, aunque privados, también responden a una dinámica de negociación política. A pesar de que Colombia también presenta un alto nivel de efervescencia política, además de un conflicto armado que lleva más de 50 años, los periodistas no reconocen los conflictos políticos como la mayor de las condicionantes. Si bien existe miedo latente al investigar temas con conflicto de intereses, los periodistas colombianos mantienen su preocupación en detalles que les impiden realizar eficazmente sus labores cotidianas de reporteo. La presión de las audiencias incide en los niveles de rigurosidad. Los mismos sujetos afirman que el público exige contenido de calidad. Pero, aunque selectiva, la audiencia no se consolida como una fuerza esencialmente condicionante, a pesar de existir los medios tecnológicos para que esto ocurra.

Como puede observarse, los periodistas y los medios deben lidiar con una audiencia que exige un periodismo de calidad, aun cuando no exista una idea clara de lo que se entenderá por él. Surge allí una contradicción notoria: aparece una audiencia crítica

y demandante sobre contingencia, pero al mismo tiempo un grupo que exige contenidos lúdicos y/o morbosos, lo que podemos llamar infoentretenimiento, que presentan altos niveles de consumo y sustentan publicitariamente los medios. Entonces, asoma una peligrosa injerencia en la construcción de la agenda temática de los medios, no sólo de la audiencia en términos globales a través de las redes sociales y otros soportes, sino que también de grupos organizados, como agrupaciones sociales y ciudadanas, agencias de noticias, gabinetes de relaciones públicas y otros, que pugnan por poner sus temas en la contingencia y participar así de la delimitación del escenario informativo. Es justamente en esa presión donde existe un enorme riesgo.

En definitiva, las influencias que proceden del sistema (políticas y de presión social) muestran un tipo de relación similar, entre periodistas y políticos. Se produce una relación adversarial entre periodistas y políticos, cuando no se comparten los puntos de vista, o colateral, cuando el punto de vista es común. Lo que diferencia a las diferentes zonas geográficas son las consecuencias de este tipo de relaciones. Así, en el cono sur, Argentina y Chile, la relación adversarial/colateral provoca una fuerte polarización de los medios de comunicación. En la zona andina, la relación adversarial entre políticos y periodistas redundante en una falta de transparencia informativa por parte de las instituciones gubernamentales. Puede observarse, también que a medida que se agravan las consecuencias de este tipo de relación, el peso otorgado por los periodistas a este condicionante aumenta. Así, la presencia de los condicionantes políticos, es menor en Argentina y Chile.

Una consecuencia de este modelo de relación, es que las audiencias de los diferentes países perciben a los periodistas en función de la adscripción política del medio, de tal forma, la conexión periodistas / políticos, condiciona la propia percepción de los periodistas por parte de las audiencias, perpetuando, también en esta relación el modelo adversarial. Además, en muchas ocasiones, los periodistas idealizan sobre los intereses de sus audiencias, adoleciendo de un contacto directo que evidencie dicha visión. La importancia de las audiencias en el trabajo periodístico, varía entre países de la misma zona geográfica, por lo que no podemos observar relación con cuestiones supranacionales, sino que responde a la sociología de los periodistas de cada país.

Esta radiografía nos lleva a proponer que las frecuentes transformaciones y vicisitudes que viven los periodistas, afectan directamente su labor y configuran un escenario que restringe el desempeño profesional y por lo tanto, limita el rol social esperable de los informadores en todo sistema democrático. Ello hace plantear para la discusión las limitaciones actuales para el periodismo, o lo que hemos denominado “periodismo condicionado”, como punto de inicio del más amplio debate a nivel profesional, académico y social. En este contexto, las propuestas reflexivas apuntan a otorgar un rol protagónico a las entidades formadoras de profesionales, por la relación directa que tienen con la situación actual del periodista. Sin embargo, este rol no apunta necesariamente a la limitación de la oferta informativa (pues el propio mercado debería regular los niveles de saturación dentro de la profesión), sino que a una intervención desde la perspectiva social, es decir, establecer las bases para una mayor coherencia entre la profesionalización de la actividad periodística y las verdaderas posibilidades de su ejercicio en la sociedad actual.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alonso, J. (2010). Cibermedios: conceptualización y tipologías. En M.A. Cabrera (ed.) *Evolución tecnológica y cibermedios* (pp. 21-38). Comunicación Social: Zamora.
- Barbero, M. (2003). La globalización en clave cultural. Una mirada latinoamericana. *Renglones*, 53, pp.18 - 33.
- Blumler, J. y Gurevitch, M. (1995). *The crisis of Public Communication*. London & New York: Routledge
- Casero, A.. (2008). Modelos de relación entre periodistas y políticos: La perspectiva de la negociación constante. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 14, pp.111-128.
- Casero, A. (2003). Televisión local y comunicación política: los perfiles de una interacción”, en López Lita, R; Fernández, F. y Villar, F (eds): *Radio y Televisión en el ámbito local*. Castellón, publicaciones de la Universidad de Jaume I
- García-Canclini, N. (2001). *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Buenos Aires: Paidós.
- Guerrero, M. & Márquez, M. (2014). El modelo “liberal capturado” de sistemas mediáticos, periodismo y comunicación en América Latina. *Temas de Comunicación*. 29, pp.135-170
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2010). *Metodología de la Investigación Quinta Edición*. México: McGraw-Hill/Interamericana Editores.
- Igartua, J.J. (2006) *"Métodos cuantitativos de investigación en comunicación"*. Barcelona : Editorial Bosch.
- Inglehart, R. & Carballo, M. (1997). Does Latin America exist? (And is there a Confucian culture?). A global analysis of cross-cultural differences. *PS: Political Science & Politics*, 30, pp. 34-47.
- Krippendorff, K. (1990) *Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica*. Barcelona: Paidós.
- Martínez Albertos, J. (1999). El periodismo en el siglo XXI: más allá del rumor y por encima del caos. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 5, pp.15-35.
- McChesney, R (2004). *The Problem of the Media: U.S. Communication Politics in the Twenty-First Century*. New York: Monthly Review Press.
- Mellado, C (2009). Periodismo en Latinoamérica: Revisión histórica y propuesta de un modelo de análisis, *Comunicar*, (33), pp.193-201.
- Ramonet, I. (2011). *La explosión del periodismo*. Buenos Aires: Capital intelectual.
- Serrano, P. (2012). *Periodismo canalla. Los medios contra la información*. Barcelona: Icaria.
- Serrano, P. (2014). *La comunicación jibarizada*. Barcelona: Península.
- Vargas, M. (1998, 8 de diciembre). Sirenas en el Amazonas. *El País*. Recuperado de [http://elpais.com/diario/1998/12/08/opinion/913071608\\_850215.html](http://elpais.com/diario/1998/12/08/opinion/913071608_850215.html)
- Vieytes, R. (2004). *Metodología de la investigación en organizaciones, mercado y sociedad*. Buenos Aires: Editorial de las Ciencias.