

contratexto

Contratexto

ISSN: 1025-9945

contratexto@ulima.edu.pe

Universidad de Lima

Perú

Amado, Adriana

Los periodistas latinoamericanos en el siglo xxi: más allá del debate de la posverdad

Contratexto, núm. 27, enero-junio, 2017, pp. 17-38

Universidad de Lima

Surco, Perú

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=570667367004>

- ▶ Cómo citar el artículo
- ▶ Número completo
- ▶ Más información del artículo
- ▶ Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Los periodistas latinoamericanos en el siglo XXI: más allá del debate de la posverdad

Adriana Amado

Universidad Nacional de La Matanza

Universidad de Buenos Aires

adrianacatedraa@gmail.com

Recibido: 14/5/2017 / Aceptado: 12/6/2017

doi: <https://doi.org/10.26439/contratexto.2017.027.001>

RESUMEN. La complejidad de factores que atraviesan los periodistas en los distintos países obliga a repensar la definición de la profesión que maneja habitualmente la discusión pública, basada muchas veces en modelos teóricos abstractos sin considerar los condicionantes reales de las prácticas periodísticas. Una encuesta global aporta datos para describir el periodismo de la región, una profesión que perdió la exclusividad de la producción de la información y que quedó en el medio de disputas de intereses que lo superan. Se trata, pues, de ampliar el debate para repensar el lugar del periodista en el relato informativo contemporáneo, más allá de conceptos coyunturales como el de la posverdad.

Palabras clave: periodismo / modelos / rol percibido / posverdad / confianza

xxi Century Latin American Journalists: Beyond Post-Truth Politics

ABSTRACT. Considering the complexity of circumstances that journalism is facing, academia should rethink the classical conceptions of the profession, especially when they reduce journalism to abstract models disregarding reporters' actual practices. Results of a global research propose a new definition of journalism, a profession caught between conflicting interests that lack the supremacy of news production, as it used to be in the past century. It is all about broadening the debate to reconsider the role of the journalist in the contemporary information report, beyond current concepts such as post-truth.

Keywords: journalism / models / role perception / post-truth / trust

El periodismo no es lo que solía ser. Se ha vuelto un lugar común repetir que está en crisis, en redefinición, en reinención, y en el diagnóstico se confunden los problemas de los medios con los del periodismo. Más allá de las transformaciones técnicas que trajeron los sistemas digitales de circulación de información y la reinención económica de los medios, la prensa contemporánea no se ajusta a lo que decían los manuales del siglo pasado ni se termina de adaptar a las expectativas que la democracia le había asignado en el siglo xix. El 2016 fue particularmente generoso en decepciones con relación al periodismo, al punto que será recordado como el año en que se hizo público el divorcio que viene registrándose entre sociedad y noticias hace años (Boczkowski y Mitchelstein, 2015; Guo, Vu y McCombs, 2012). En el plebiscito en Gran Bretaña, que resolvió la salida de la Unión Europea conocido como Brexit, y en las elecciones de Estados Unidos, la prensa de referencia abogó por una posición que fue ignorada por la mayoría de los votantes. La sociedad latinoamericana también pareció desatender las recomendaciones periodísticas en varias instancias electorales, lo que pone en cuestión ciertas especulaciones acerca de los supuestos efectos de los medios. El plebiscito por la paz de Colombia, los comicios de la región, convocatorias a marchas gestadas por las redes y desestimadas en las primeras planas que finalmente resultaron populosas son eventos que plantean interrogantes

acerca del supuesto ascendente de la prensa en la opinión pública. Frente a estos nuevos escenarios algunos analistas de actualidad, ciertos académicos y muchos políticos insisten en seguir analizando la realidad con los moldes teóricos del pasado.

No son pocos los conceptos que el uso corriente sigue asociando al periodismo, como cuarto poder o verdad, que ante su insuficiencia para describir la profesión se reinventan con adjetivos o prefijos, como ocurre con *posverdad*. El incremento del uso de este término, estimado en un dos mil por ciento en un año, le ha permitido ingresar en 2016 en el diccionario Oxford (Flood, 2016). Esa publicación la define como el fenómeno por el cual los hechos impactan menos en la opinión pública que las creencias o las opiniones, a lo que habría que agregar el limitado impacto de la verificación de la información en la producción y circulación, y en los eventuales efectos en las posiciones personales (Waisbord, 2017). Más allá de la popularidad del término, su relación con el periodismo está todavía en el plano de la opinión, es decir que, haciendo honor a su definición, la posverdad es, en sí, una posverdad sin evidencia empírica que la avale como un fenómeno original. Pero no por ello deja de plantear preguntas acerca de su relación con la pérdida de credibilidad de la prensa contemporánea y las crisis de negocio que atraviesan incluso los títulos que en algún momento fueron referenciales. La discusión de los

medios y el periodismo no está ajena a las transformaciones que registra la comunicación que hace años presenta cambios sustanciales en los vínculos y usos que las sociedades dan a los medios (Bennett e Iyengar, 2008; Blumler y Coleman, 2015; Blumler y Kavanagh, 1999). Esto a su vez exige el replanteo de las funciones de los actores centrales del proceso de comunicación pública, esto es, los políticos, la prensa y la ciudadanía (Wolton, 1998), que han cambiado en el siglo XXI al punto de no ajustarse en funciones y responsabilidades a las categorías que proponían las teorías clásicas (Beck, 2006).

Cada coyuntura invita a pensar cuál es, en el siglo XXI, el lugar que le cabe al periodismo, en tanto un actor cada vez más distanciado en intereses y alcances de los medios, al punto que estos dejaron de ser el ámbito exclusivo de ejercicio de la profesión. Por otra parte, el vínculo ideal de la prensa con la ciudadanía en el siglo XIX, como base del debate cívico de las incipientes democracias (Habermas, 1990), fue mutando a fines del siglo XX hacia una simbiosis de políticos y medios que exacerbaba la política de la imagen y las noticias del escándalo (Thompson, 2001). En este esquema, la información se confunde con propaganda y las opiniones de actores que hacen del espacio mediatizado el centro de sus disputas, y del periodismo, un instrumento de su lucha de poder (Castells, 2009). Ese modelo está entrando en su agotamiento por

desencanto de la política, por aparición de otros informantes activos más allá de las fuentes institucionales y el periodismo, y por redefinición de los circuitos de producción y circulación de la información (Stewart, Mazzoleni y Horsfield, 2003).

Una pregunta que el Latinobarómetro viene formulando desde 1996 muestra el corrimiento de la prensa como fuente de información política en los últimos veinte años. Aunque los medios tradicionales siguen siendo la fuente central de información (77 % de menciones múltiples para la televisión, 38 % para radio, 28 % para prensa gráfica y 21 % para internet), son también los que acusan una mayor caída (diarios y revistas, -44 % desde 1996; radio, -19 %; televisión, -5 %, que es la que menos cae, pero también la que tiene menos periodismo). En contraste, las formas de comunicación interpersonal crecieron más del 70 % en la última década, al punto que la mención de los conocidos y familiares como fuentes de información representaba un tercio de totalidad de referencias informativas hacia 2000 y en el informe de 2016 las fuentes personales representan el 40 %. Los medios tradicionales se quedan con poco más de la mitad de las menciones, que empiezan a perder peso como referencias informativas incluso antes de que las tecnologías en red facilitaran la comunicación interpersonal. Pero es notable cómo las relaciones personales se consolidan rápidamente como base de un sistema de aviso, chequeo, refuerzo o

descalificación de la información circulante de manera instantánea.

Mientras la política dice renovarse con formas de ejercicio de poder alternativas y habla de democracias participativas, socialismos del siglo XXI, plebiscitos o liderazgos renovadores, la ciudadanía reinventa formas de organización política, cívica, social, de consumo desconociendo o redefiniendo las intermediaciones clásicas de partidos, sindicatos, organizaciones de base y medios de comunicación (Bennett y Segerberg, 2011; Castells, 2012). En estos contextos, el periodismo discute sus cambios desde las crisis de los medios o las transformaciones digitales sin acusar que la uberización de la economía se está extendiendo a su campo (Davis, 2016). Ese proceso por el cual gente que le sobra algo puede ofrecerlo directamente a gente a la que le falta, afecta la información de manera más impactante que la que se vio en el mercado del transporte porque además de ofrecer novedades las 24 horas, todos los días, esta nueva forma de circulación lo hace de manera completamente gratis. Como ocurre en el transporte, los que están a cargo del servicio no necesariamente son los mismos que tuvieron su exclusividad en el siglo pasado. Estos productores de información ya no son únicamente periodistas ni ciudadanos comunes sino que también hay comunicadores profesionales que aportan sus mensajes en competencia con las noticias periodísticas, en canales de circulación globales, fuera del control

de las jurisdicciones nacionales. Esto se ha vuelto crítico en la producción y distribución de contenidos de países que atraviesan situaciones críticas con fuertes controles gubernamentales, como ocurrió con los movimientos de la primavera árabe (Castells, 2012) o en la crisis política de Venezuela en 2017, donde la información de las redes se vuelve muchas veces la única fidedigna de las manifestaciones ciudadanas. Pero también se presenta como de gran valor para contenidos que los medios no pueden ni quieren producir, pero que resultan temas críticos como la ecología, el consumo, la alimentación, que son producidos por organizaciones especializadas o grupos de estudio o las empresas o gobiernos que financian equipos de comunicación para estos fines. Esto plantea un nuevo rol para el periodismo que pasa de ser productor de noticias a ser un curador y validador de tanta información disponible (Amado, 2016).

Frente a estos reacomodamientos en los roles de los actores políticos, la prensa ensaya explicaciones para su crisis en causas externas: se habla de las tecnologías, de la fuga de lectores a otras distracciones, de la competitividad de los negocios, de la concentración de los mercados. Cualquier factor pretende aportar, alternativamente, la explicación total de una situación que tiene múltiples causas y una consecuencia ineludible: el poder y la política ya no se relacionan con la prensa como antes, como no lo hacen de la misma manera los

ciudadanos con sus medios y periodistas que, siendo dos actores sociales muy distintos en objetivos y recursos, ya no pueden seguir asimilándose en la discusión como si fueran lo mismo. Las cuestiones de propiedad de los medios fueron discutidas intensamente en América Latina: algunos países incluso emprendieron profundos cambios legislativos al respecto a la espera de que la intervención estatal o la promoción de medios comunitarios fueran la solución a los males que se condenaban en los medios con fines de lucro. Pero queda pendiente la discusión acerca del impacto que tuvieron estas iniciativas en el trabajo del periodista.

Durante estos años, la discusión en medios masivos sobre el periodismo suele aludir a los periodistas como si pertenecieran a una profesión que debería ajustarse homogéneamente a ciertos parámetros éticos y técnicos que se suponen consensuados. Muchos hablan de las obligaciones del periodismo para con el Gobierno, para con la ciudadanía, para con la democracia. Sin embargo, se conoce

poco cómo trabajan los periodistas latinoamericanos, cómo lo hacen en cada país, en cada comunidad, en cada medio, lo que plantea una limitación empírica a la hora de discutir los problemas comunes del periodismo latinoamericano, si es que existe un modelo regional.

Este artículo busca analizar el perfil profesional de los periodistas de Latinoamérica a partir de los datos producidos por una investigación colectiva realizada entre 2012 y 2013 en el marco del estudio global *Worlds of Journalism*, que tiene como objetivo indagar la cultura periodística y sus factores de influencia alrededor del mundo¹. Se examinarán los datos publicados de siete países de la región para identificar las especificidades propias de la profesión y sus transformaciones (Amado *et al.*, 2016)². El cuestionario indagó aspectos tales como lugar de trabajo, cargos, ingresos, formación y datos demográficos, junto con la opinión de los periodistas entrevistados acerca de las influencias percibidas en su trabajo y condiciones en que desempeña la labor cotidiana. El estudio

1 *Worlds of Journalism Study*, in <http://www.worldsofjournalism.org> [consultado 11/04/17]

2 En América Latina, la encuesta fue aplicada en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, El Salvador y México a 2789 trabajadores de prensa activos en 438 medios de comunicación, seleccionados en función de criterios estadísticos que permitieron establecer muestras representativas de los países incluidos. A cargo de esta investigación estuvieron Adriana Amado (Argentina), Jesús Arroyave (Colombia), José Luis Benítez (El Salvador), Palmira Chavero Ramírez (Ecuador), Miguel Garcés (Colombia), Sallie Hughes (México), Mireya Márquez (México), Claudia Mellado (Chile), Sonia Virginia Moreira (Brasil) y Martín Oller Alonso (Ecuador) (Amado *et al.*, 2016).

global partió de la definición clásica y occidental del periodismo (Waisbord, 2013) para indagar la concepción que los periodistas tienen de sus roles en la sociedad y los principios que orientan su rutina cotidiana. Por ello, los resultados son relevantes para entender qué piensan los periodistas de su rol y cómo definen la profesión, más allá de las opiniones de otros actores sociales acerca de cómo debería ser.

Periodistas latinoamericanos: ni diversos ni digitales ni comunitarios

De acuerdo con los datos regionales que surgen del estudio global, el periodista latinoamericano promedio es hombre (60,3 % de la muestra), universitario (70,9 %) especializado en periodismo, en sus treinta (35,3 años) y con poca experiencia laboral (61,8 % llevan menos de diez años en la profesión) (Amado *et al.*, 2016, p. 12 y ss.). La mayoría tiene un contrato de trabajo (68 %) de tiempo completo (73,2 %) en una sola redacción (71,8 %), con muy baja afiliación gremial o profesional (solo el 29,1 % reconoce pertenencia a alguna asociación o sindicato). Producen un promedio de 25 notas por semana, que habla de una alta exigencia diaria de productividad que explicaría muchas de las deficiencias de calidad que se le achacan al periodismo.

Solo estos datos permiten poner en cuestión ciertas presunciones que rodean la profesión. Por ejemplo, la juventud de los profesionales señala un recambio generacional rápido

que plantea la necesidad de renovar manuales y marcos conceptuales que den cuenta de estos nuevos sujetos y circunstancias laborales. La muestra señala que entre los periodistas que viven de la profesión se observa una alta dedicación (73,2 % con puesto de trabajo a tiempo completo, frente a 19,8 % empleados a medio tiempo y 6,7 % que trabaja como *freelance*). No obstante, este grupo convive con una masa de profesionales que no tienen el periodismo como profesión principal y la ejercen en circunstancias que no se encuadran en los contextos tradicionales, como por ejemplo departamentos de prensa o medios institucionales de gobiernos y partidos. La baja adhesión de los periodistas latinoamericanos a sindicatos da cuenta del choque entre encuadres legales que resultan inoperantes frente a las nuevas configuraciones laborales que los ubica por fuera de los medios y en otros rubros.

Algo similar ocurre con las expectativas acerca de los medios digitales, que siguen siendo un espacio laboral minoritario frente a los medios tradicionales, principal fuente de trabajo declara por los periodistas de la muestra: diarios (30,3 %); radio (27 %) y TV (21,2 %). Solo uno de cada diez periodistas tienen su trabajo principal en medios digitales (13,4 %), de los cuales una parte son medios digitales no subsidiarios de un medio tradicional (8,8 %). Esta tendencia no es un dato menor dado que la muestra se tomó partiendo de la distribución por tipo de medios y por regiones propia de

cada país, con lo que este perfil puede tomarse como bastante cercano del panorama de los medios de los países investigados. Según esta distribución, la mayoría de los entrevistados se desempeña en medios privados (85,4 %), lo que explica que la discusión por las condiciones de trabajo siga girando alrededor de estos medios. Como analiza Silvio Waisbord en el prólogo de la publicación,

los medios privados industriales son el gran contexto donde se desenvuelve el periodismo, lo cual, si bien no es completamente sorprendente, confirma que ni los medios públicos, oficiales, comunitarios o digitales definen las condiciones de trabajo para la mayoría. Hablar de periodismo es hablar, ante todo, de periodismo en medios comerciales. (Waisbord, 2016, p. 7)

Sin que signifique desconocer las numerosas iniciativas impulsadas en los últimos años para promover medios alternativos al sistema comercial consolidado, los datos invitan a considerar el estatus profesional que tienen los colaboradores de las organizaciones comunitarias o las iniciativas digitales. Esto significa contar con datos que permitan evaluar las condiciones laborales que estas organizaciones ofrecen al periodismo, más allá del aporte que hacen al sistema de medios. Se trata de poner en discusión si la definición de periodista engloba también el vínculo que establecen los colaboradores con estas iniciativas donde predomina el trabajo voluntario o aficionado, o se trata de tareas más cercanas a la comunicación

institucional que al periodismo profesional. El estudio global establecía como criterios de selección para las entrevistas que los periodistas tuvieran el trabajo en medios como ingreso principal. Sin embargo, en la región son cada vez más las organizaciones distintas a los medios que producen contenidos a la vez que los espacios de las secretarías de comunicación públicas o las oficinas de prensa se vuelven ámbitos de inserción laboral. Si bien los medios estatales y los comunitarios han ganado espacio en los sistemas de medios del continente, todavía no se ha mensurado el impacto en el periodismo que las nuevas configuraciones de la estructura de propiedad. De hecho tampoco hay estudios que profundicen cuánto impactan en el mercado de trabajo general los medios comunitarios o institucionales y si efectivamente producen un periodismo con pautas distintas a las que se observan en la prensa comercial. Estos aspectos plantean la necesidad de contar con datos con los que puedan compararse los que se presentan y obtener conclusiones con base empírica, más allá de la descripción de algunas tendencias.

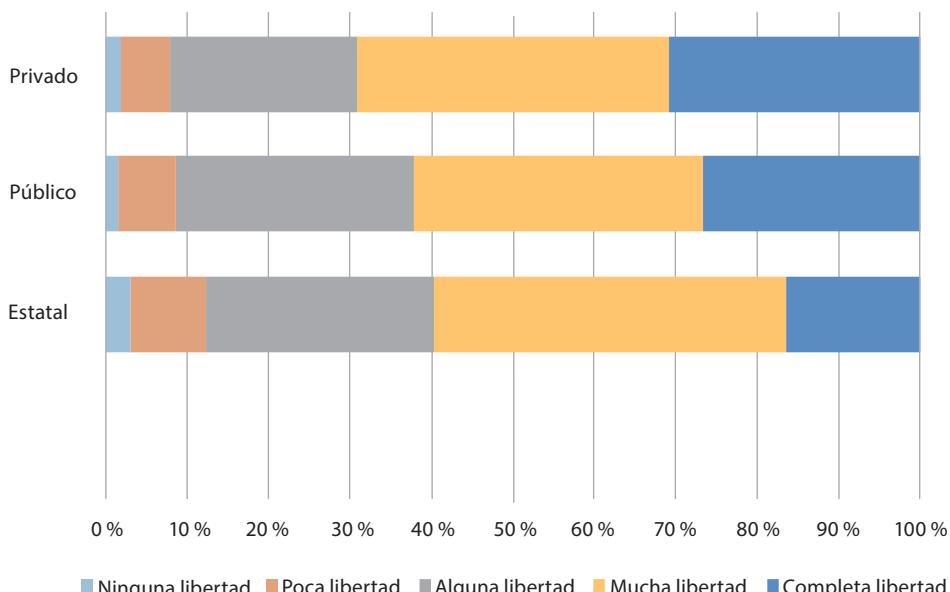
Los datos del estudio global plantean que no parece tan sencillo establecer correlaciones directas entre un factor político, económico, social y un tipo de periodismo. De hecho, las condiciones de ejercicio profesional o de diversidad no parecen variar sustancialmente entre los medios comerciales, estatales y públicos (categoría que en el estudio incluye los llamados comunitarios para

diferenciarlos de los que dependen de administraciones gubernamentales, sin autonomía de gestión). No hay diferencias sustanciales en las condiciones de trabajo declarados por tipo de propiedad en cuestiones como participación demográfica en las redacciones, la libertad para producir las noticias, las influencias percibidas. Por ejemplo, el porcentaje de mujeres en las redacciones es similar en los medios comerciales (38,8 %) y los estatales (39,3 %), con una leve mejora en los medios de gestión pública (45,3 %). El estudio señala que la gran mayoría se identifica políticamente con la centroizquierda (85 % de los 1657

periodistas que respondieron a esa pregunta), lo que muestra que no resulta contradictoria la orientación ideológica al hecho de que trabajen mayoritariamente en medios privados.

La libertad que manifiestan los periodistas latinoamericanos es alta, en tanto que solo uno de cada diez reconocen tener poca o ninguna libertad para hacer su trabajo mientras que una mayoría dice tener total o gran libertad para seleccionar las historias (67,9 % de respuestas completa o total libertad) y para decidir sobre el enfoque (68,8 % de respuestas completa o total libertad).

Gráfico 1. Teniendo en cuenta su trabajo en general, ¿cuánta libertad tiene personalmente para seleccionar las noticias en las que va a trabajar? (según tipo de medio) (Amado et al., 2016, p. 15)



Los periodistas de los medios privados manifiestan un poco más de autonomía que los que se desempeñan en los estatales, pero las diferencias son más marcadas en ciertos países que en otros, como puede observarse en los mapas que agregan los indicadores que corresponden a las preguntas del cuestionario que correspondían a las distintas dimensiones investigadas, elaborados por la coordinación del grupo Worlds of Journalism con los datos de todos los participantes (Hanitzsch y Mellado, 2011). En el mapa elaborado por la coordinación global del estudio que ilustra la libertad de seleccionar historias de acuerdo a los resultados de todos los países que participaron en el estudio³, se observa que Argentina, Colombia y México están en los percentiles más altos, junto con los países de América del Norte, Europa del este y del norte, y Australia. En el rango medio está Ecuador, en el que también se encuadran Finlandia, India, Sudáfrica, Bangladesh y Tailandia, entre otros. Dentro de los percentiles bajo y medio bajo están Chile, junto con Francia, Italia, Etiopía, Tanzania, China, Indonesia y Malasia. Estas similitudes en tan variados contextos plantea la dificultad de correlacionar tipo de gobierno o situación económica o geográfica con

la libertad percibida o una identidad profesional particular.

¿Hay un modelo ideal de periodista latinoamericano?

Para identificar las fuerzas que impactan en el trabajo periodístico, el estudio global clasificó los factores de influencia en cuatro campos: económico, político, organizacional y relacional. Aunque la mayoría de los periodistas latinoamericanos se declaran autónomos y con altos niveles de libertad para tomar las decisiones, la agregación de los factores que conforman cada uno de esos campos de influencia muestra que, de acuerdo a la opinión de los entrevistados latinoamericanos, la influencia política y de los grupos de pertenencia es más fuerte que las restricciones económicas o procedimentales. Y que estos factores operan de diferente manera en cada país, por lo que es difícil sacar conclusiones generales acerca de pesos que tienen los factores económicos o políticos en el periodismo. Clasificados por influencia económica, México, El Salvador, Ecuador y Colombia aparecen en el percentil medio alto, Brasil y Chile en el medio, y Argentina en el medio bajo⁴. La influencia de la política en el trabajo periodístico muestra casi la misma distribución, con excepción

3 Worlds of Journalism, "Key findings at a glance", "Editorial Autonomy" (map), recuperado de <http://www.worldsofjournalism.org/fileadmin/Illustration/Maps/Ed-Auton.png> [consultado 5/4/17].

4 Worlds of Journalism, "Economic Influence in Journalism" (map), recuperado de <http://www.worldsofjournalism.org/fileadmin/Illustration/Maps/Eco-Infl.png> [consultado 5/4/17].

de que Argentina pasa al percentil medio alto⁵.

Los ideales periodísticos corresponden a un enfoque normativo de la profesión que busca establecer parámetros éticos, legales, prácticos (Blumler y Cushion, 2014), que no necesariamente se ajusten a una pauta común de ejercer la profesión. Incluso, es difícil llegar a un acuerdo acerca de la misma definición de qué es ser periodista en estos días. Que si los periodistas tienen que informar verazmente, que si no deberían desatender su responsabilidad social, que tendrían que develar la posición política con la que se identifica, que no pueden olvidar las necesidades de sus lectores. Esos compromisos, separada o conjuntamente, suelen asignarse a la tarea periodística. Sin embargo, muchas de esas prácticas corresponden a modelos que se inscriben a distintas tradiciones, y por tanto, no necesariamente son tan claros en los distintos países. Por caso, el modelo del servicio público que tiene su origen en sistemas de medios públicos europeos no necesariamente coincide en enfoque y procedimientos con aquel que pregoná la precisión como ideal informativo, propio del periodismo estadounidense, que considera regla la separación de la opinión de los hechos (Waisbord, 2013). De la misma manera, el periodismo que considera

que su función central es la expresión del compromiso político suele estar reñido con el periodismo de control del poder (Deuze, 2005), especialmente cuando la adhesión a un partido en gobierno se vuelve un obstáculo para la libre investigación y publicación de noticias sobre el poder.

En cualquier caso, el estudio plantea los pocos consensos que hay entre los profesionales latinoamericanos acerca de las prácticas ideales. Para identificar cuáles eran los modelos dominantes en cada país, la encuesta pedía a los periodistas que evaluaran en una escala de cinco puntos la importancia que le daban a ciertos procedimientos, de modo tal que pudieran establecerse cuáles tenían más consenso y, al agregarse analíticamente en los modelos periodísticos que incluyen tales prácticas, pudiera determinarse cuáles dominaban. Los resultados muestran que las prácticas más valoradas por los periodistas de la región tienen dispar aceptación en los siete países relevados (Amado *et al.*, 2016, p. 16). Pero, por otra parte, las prácticas más valoradas corresponden a modelos diferentes de acuerdo a los parámetros más usados en los estudios de periodismo, porque estos modelos están estrechamente relacionados a distintas concepciones de la democracia (Blumler y Cushion, 2014). Entre las prácticas con más consenso aparecen

5 Worlds of Journalism, “Political Influence in Journalism” (map), recuperado de <http://www.worldsofjournalism.org/fileadmin/Illustration/Maps/Pol-Infl.png> [consultado 5/4/17].

las que tienen que ver con la idea de control del poder (como monitorear a los actores de poder y reportarlo de manera precisa) y otras, con el ideal del periodismo de intervención que espera incidir en la sociedad desde su

tarea, o con el modelo que busca ser un canal de expresión de la sociedad. Esto desafía a pensar nuevos modelos que integren aspectos desde otros parámetros distintos a los establecidos desde la perspectiva del periodismo occidental.

Gráfico 2. Respuestas a la pregunta “¿Qué tan importante es el siguiente aspecto en su trabajo?” (5 extremadamente importante y 1 nada importante). Media para Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, El Salvador y México (con barras de desviación estándar) (Amado *et al.*, 2016, p. 16)



La polémica de la posverdad, tal y como fue definida por el diccionario Oxford a falta aún de debate académico sobre ese concepto, gira alrededor de un periodismo apoyado en hechos verificables frente a la proliferación de mensajes efectistas y parcializados por la opinión. En ese sentido, la posición de los periodistas de los siete países latinoamericanos muestra que priorizan “reportar las cosas como son”, punto que recibe el mayor consenso, con más divergencias con relación al monitoreo de los actores de poder, especialmente si se trata de controlar a los políticos o a los empresarios (ver gráfico 2). Esta práctica es la base del modelo de vigilancia (*watchdog*), que incluye los principios de precisión y de control de los actores de poder. Por su parte, el modelo intervencionista, es decir aquel del periodista que aspira a incidir en la opinión pública, es más aceptado en Colombia, Ecuador, El Salvador y México, y menos en los países del cono sur Argentina, Brasil y Chile (Amado *et al.*, 2016, p. 20). También es dispar la posición de los periodistas en los distintos países con relación al rol que ejercen frente a la ciudadanía, como señala la alta desviación estándar de aspectos como promover la diversidad cultural, dejar de expresar sus puntos de vista y fomentar el cambio social. Las cuestiones que tienen que ver con la participación política son los aspectos de este modelo con menos acuerdo, que plantearía una contradicción a la larga tradición latinoamericana de periodismo político.

En la base del debate sobre la posverdad están los reproches al periodismo por ejercer un periodismo sensacionalista o sometido a las presiones empresariales, que no pocas veces esgrimieron presidentes en sus alocuciones públicas. Sin embargo, no parecen tener correlato en las opiniones de los propios profesionales entrevistados. Las prácticas que tienen que ver con la captación de audiencias y de sensacionalismo tienen una aceptación de media a baja entre los profesionales. Este punto podría estar marcando una diferencia entre las expectativas de los medios y las de los periodistas, y obligan a pensar cuidadosamente el peso de estos dos actores en las noticias. A ello habría que añadir los modelos que surgen del análisis del desempeño profesional, en tanto que el modelo que la normativa pauta o que la autopercepción del periodista indica como más importante no necesariamente coincide con su performance medida a partir de las noticias (Mellado y Van Dalen, 2014).

Poco consenso tienen los principios que se relacionan con el modelo que se caracterizó en América Latina como periodismo “militante” que se inscribiría en el modelo conocido como facilitador dentro del que se ubican procedimientos como apoyar las políticas y la imagen de los gobernantes desde las noticias, o su contracara, ser su adversario. Estas opiniones muestran divergencias entre los modelos esperados por los analistas o propuestos por los directivos de los medios

con aquellos que prefieren los periodistas. Esta constatación muestra la necesidad de investigar estas diferencias e indagar mucho más en esa brecha que existe entre lo que el periodista piensa y lo que efectivamente hace, para contrastarlo, a su vez, con aquello que debería hacer por mandato ético o por pauta editorial, que no necesariamente coinciden.

La encuesta de *Worlds of Journalism* señala divergencias entre los países en cuanto a los principios rectores más aceptados (Amado *et al.*, 2016, p. 23). Los periodistas de México y Colombia parecen los más orientados al interés público en tanto que en Ecuador hay más que se declaran proclives a la difusión de la acción de gobierno. Los profesionales de Argentina, Brasil y Chile se inclinan más por un rol de reporte neutral de los hechos más que los modelos intervencionistas, mientras que en El Salvador rescatan el rol investigador. Sin embargo, el rol de control de la cosa pública depende en gran medida de la relación que se mantiene con las instituciones democráticas, que son para este grupo algo más que su objeto de investigación: son proveedoras de información, ejecutoras de políticas públicas que los comprenden y en muchos casos, finanziadoras de los medios en los que trabajan. Este aspecto se vuelve más crítico en el análisis en tanto se trata de las instituciones que

despiertan más desconfianza entre los periodistas. Y más allá del necesario escepticismo con que deberían tratarlas y la distancia recomendable para la relación del periodista con sus fuentes, se plantea el interrogante de cómo es reportada la información que proveen fuentes en las que no se confía. Y si mucha de esta tensión no estará reflejada en el problema que hoy se caracteriza como posverdad.

Periodismo latinoamericano y confianza

La variedad de países que comparten situaciones similares da cuenta de las diferencias en el peso de las influencias que percibe el periodista en los distintos países, que muestra que en cada contexto los factores operan de manera distinta en las culturas profesionales. Países cercanos muestran divergencias considerables, a la par que geografías en apariencia distantes muestran problemas compartidos, como por ejemplo la importancia de los parámetros éticos en su trabajo o la importancia de sus grupos de pertenencia. La falta de confianza de los periodistas latinoamericanos en las instituciones públicas es, en cambio, un indicador bastante homogéneo, dado que todos los países del continente incluidos en la investigación⁶.

6 *Worlds of Journalism, "Political Trust" (map)*, recuperado de <http://www.worlds of journalism.org/fileadmin/Illustration/Maps/Pol-Trust.png> [consultado 5/4/17].

Que los periodistas de América Latina declaran baja confianza en las instituciones públicas no resulta extraño en un continente donde ocho de cada diez personas declaran no confiar en sus conciudadanos (Latino-
barómetro, 2015). Pero este indicador

es más crítico para el caso de los periodistas porque son los que mantienen vínculos directos con estas instituciones en calidad de fuentes, y es a partir de esta relación que elaboran la información que se ofrece a los ciudadanos.

Tabla 1. Confianza de los periodistas en las instituciones según Worlds of Journalism Study (porcentaje de respuestas de total o mucha confianza, en orden ascendente, de acuerdo a la media de los seis países incluidos)⁷

	Argentina	Brasil	Chile	Ecuador	El Salvador	México	Media
Medios informativos	14,7 %	20,5 %	45,0 %	43,5 %	36,4 %	39,6 %	33,3 %
Militares	2,0 %	5,8 %	17,5 %	30,4 %	30,0 %	29,3 %	19,2 %
Gobierno	15,6 %	6,0 %	14,0 %	27,2 %	31,7 %	13,4 %	18,0 %
Sistema judicial	8,3 %	10,9 %	16,5 %	17,6 %	35,4 %	9,9 %	17,5 %
Policía	2,3 %	4,4 %	27,8 %	22,6 %	27,9 %	5,9 %	15,2 %
Congreso	0,0 %	2,5 %	9,0 %	19,3 %	35,1 %	15,0 %	13,5 %
Sindicatos	6,2 %	7,1 %	19,9 %	13,7 %	27,7 %	5,1 %	13,3 %
Líderes religiosos	8,0 %	7,1 %	7,5 %	25,9 %	31,7 %	12,0 %	13,3 %
Partidos políticos	5,0 %	0,5 %	3,1 %	9,5 %	32,0 %	3,0 %	10,5 %
Políticos	3,7 %	0,8 %	3,1 %	7,7 %	31,2 %	3,8 %	9,9 %

Estos indicadores de la confianza del grupo profesional en las instituciones guardan similitudes con la confianza de los latinoamericanos en general, y muestran que los periodistas no son ajenos a las tendencias de las sociedades en las que desempeñan su trabajo. Con la diferencia de que los niveles de confianza son más bajos en los periodistas que en la población en general, la jerarquía de confianza

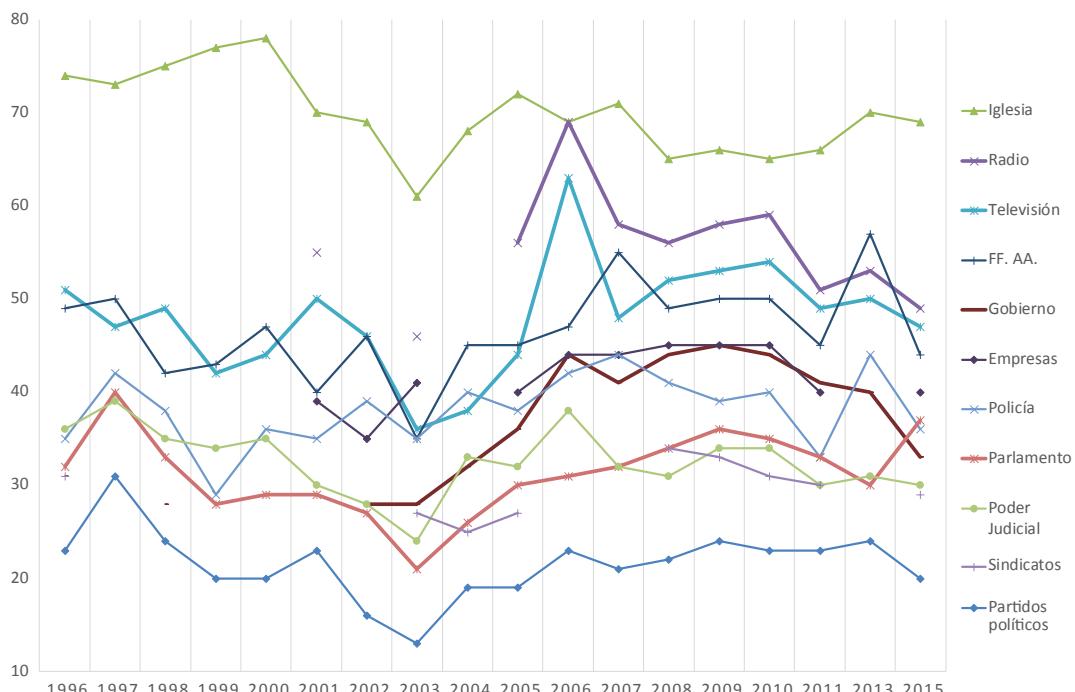
más o menos se parece, con excepción de las instituciones religiosas que se puede entender en un grupo que se identifica mayoritariamente con ideologías de izquierda. Tanto para los profesionales (Tejkalová *et al.*, 2017) como para la sociedad, los medios de comunicación son las instituciones que gozan de más confianza, teniendo entre los años 2005 y 2010 su mejor momento (Latino-
barómetro, 2015).

⁷ Elaboración propia con datos de Worlds of Journalism Study, publicados en los “Country reports” de cada país, recuperado de <http://www.worldsofjournalism.org/country-reports> [consultado 5/4/17]

Entre 1995 y 2015 las instituciones democráticas oscilaron entre 45 % de confianza (Gobierno) y 14 % (partidos

políticos), con una caída de diez puntos entre esos años para Congreso y Gobierno.

Gráfico 3. Confianza en las instituciones, total América Latina 1996-2015, suma de mucha y algo de confianza (elaboración propia con datos de Latinobarómetro, 2015)



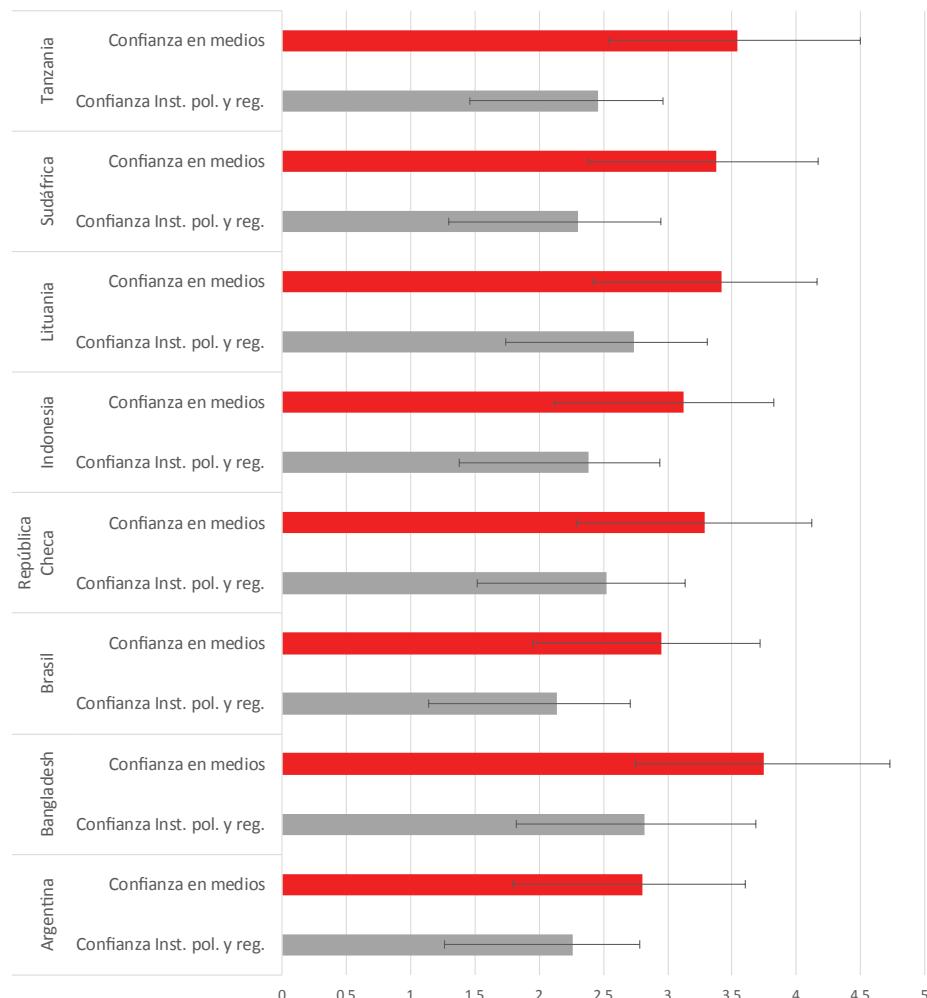
La comparación con los resultados globales permitió detectar coincidencias con otros países fuera de la región, lo que desafía a profundizar el análisis más allá de los contextos nacionales. La publicación de los investigadores de *Worlds of Journalism* en esa línea (Tejkalová *et al.*, 2017) consideró dos países de cada continente en donde los periodistas declararon bajos niveles de confianza de los periodistas en las

instituciones. El trabajo analizó los casos de Argentina y Brasil junto con República Checa, Lituania, Tanzania, Sudáfrica, Indonesia y Bangladesh. Estos ocho países compartían la circunstancia de haber re establecido el sistema democrático hacia el final del siglo pasado luego de períodos con regímenes autoritarios o totalitarios. En una escala de 1 a 5, la confianza promedio en el Gobierno es de 2,55

(desviación estándar 0,899); en el Parlamento 2,41 (DE 0,971); en los políticos en general 2,22 (DE 0,905) y en los partidos políticos, 2,12 (DE 0,845). Todos los países comparten índices cercanos

a estas medias, con poca diferencia por tipo de medios, con excepción de los países asiáticos, donde hay una leve mejora de confianza en las instituciones para los periodistas de medios estatales.

Gráfico 4. Confianza de los periodistas en los medios, en comparación con la confianza en las instituciones políticas (Gobierno, Parlamento, partidos políticos) y regulatorias (Poder Judicial, Policía, Fuerzas Armadas), con barras de desviación estándar (escala de 1 a 5, donde 5 es total confianza) (elaboración propia con datos de Tejkalová et al., 2017)



Los periodistas de todos los países confían más en los medios de comunicación que en las instituciones políticas y regulatorias, pero en la comparación se observa que los dos casos latinoamericanos reciben porcentajes de confianza más bajos en relación con países de otros continentes. Esta actitud es similar a la que expresa la sociedad de la región a lo largo de los años, donde a excepción de la Iglesia, que está en el tope de confianza, la radio y la televisión mantienen un alto porcentaje de respuestas positivas. Este no deja de ser un dato para estudiar con más detalle, especialmente considerando que en varios países los gobiernos mantuvieron una intensa discusión pública alrededor del papel de los medios, en muchos casos derivó en reformas en las políticas públicas que los regulan. No obstante, tanto las encuestas del Latinobarómetro como la de Worlds of Journalism parecen señalar que los periodistas, al igual que la sociedad de la que forman parte, siguen confiando más en los medios que en las instituciones de gobierno.

Posverdad o posperiodismo

Aunque el concepto de posverdad aplicado al periodismo todavía no ha sido sometido a discusión académica, es útil para mostrar cómo a veces la discusión sobre la profesión adopta rápidamente ciertos conceptos de moda o políticamente correctos, sin que se profundicen o se busque el correlato empírico que tienen. La complejidad de factores

que atraviesan los profesionales en los distintos países obliga a repensar la misma definición de periodismo que se maneja habitualmente en la discusión pública cuando insiste en referirse a la profesión como si pudiera definir con características uniformes. Por lo pronto, el periodismo admite muchos enfoques en su ejercicio, que en ciertos contextos no son excluyentes entre sí, aunque marcan un estilo para la profesión que no es único ni independiente de las circunstancias (Waisbord, 2013). Hay contextos en los que se ejerce como un servicio público de producción y distribución de la información, coincidente con una tradición de medios con ese mismo espíritu; otros, como una profesión definida por ciertos procedimientos como la objetividad, o el reporte de la actualidad, o ciertas pautas éticas (Deuze, 2005). Desde otras concepciones, el periodismo se define por su autonomía de otros actores sociales, o por la tecnología de la que se vale (dentro de los que están ese furor por lo digital, que a veces reduce lo que se espera hoy de un profesional), o una visión de multiculturalismo. En cualquier caso, no puede hablarse de estos enfoques como pautas comunes de la profesión sin previamente conocer cuál es el que predomina entre cada grupo profesional en análisis. Por caso, no puede criticarse la ausencia de vocación de servicio de periodistas si los medios en los que trabajan no facilitan ese enfoque o tienen condicionamientos políticos que determinan un enfoque editorial que no da opción al periodista.

Simplista es también el diagnóstico de que la calidad del periodismo se incrementará automáticamente con la adquisición de ciertas herramientas tecnológicas, sin tener en cuenta la infraestructura a la que accede el periodista en las ciudades latinoamericanas en las que se desempeña.

El debate de la posverdad se ha abierto entre los medios y la política en los últimos tiempos a raíz del papel que tuvieron los medios en ciertos eventos que involucran a la sociedad, como las elecciones y los plesbiscitos. No solo pone en cuestión el concepto corriente de instalar la agenda (muy diferente al que propone la reformulación de la teoría de la agenda, justamente a partir de estas transformaciones del sistema de medios). Estas circunstancias no son indiferentes al grado de atención que la sociedad presta a las noticias: antes bien, son las instancias en donde los lectores se vuelcan más por una agenda política (Boczkowski y Mitchelstein, 2015), lo que a su vez demuestra que la preferencia por el entretenimiento no es una regla para atraer lectores sino que depende mucho de la coyuntura y de la oferta informativa. Por otra parte, al analizar esta oferta no puede ignorarse que ya no proviene únicamente de las noticias producidas por los medios de prensa, sino que la agenda noticiosa y el debate político están hoy atravesados por las estrategias comunicacionales de los actores que hacen su juego en la escena mediati-

zada (Blumler y Coleman, 2015). Si en *posverdad* el prefijo *pos-* indica la redefinición del concepto al que se adhiere, quizás podrían ensayarse explicaciones para esta “*posinformación*”, en tanto que engloba por igual los contenidos periodísticos, propagandísticos, sectoriales, personales, que circulan indiscriminadamente por redes personales y medios masivos. Asimismo, si el lugar del periodismo en estos escenarios no es el mismo que tenía en momentos en que, teóricamente, los medios informaban y los periodistas reporteaban desde un mandato profesional, ético y cívico, quizás también haya que agregar al debate la idea de posperiodismo que englobara la redefinición de funciones y alcances en las actuales circunstancias.

Por lo pronto, este posperiodismo tendría límites más imprecisos y menos consensos que los que tenía aquel periodismo ideal del que hablaban los manuales de estilo del siglo pasado. Los actores de poder intervienen activamente en el debate público y expresan sus divergencias acerca de cómo se ven retratados en las noticias, pero también los ciudadanos participan comentando y compartiendo esa información. Y expresando su escepticismo con relación a las noticias cuando reacciona de manera contraria a lo que la agenda noticiosa haría esperar. El aporte de la investigación que se analiza no reside en dar una respuesta a estas cuestiones sino mostrar las dificultades que existen para definir los parámetros regionales

de la profesión de manera general. El periodismo latinoamericano carece en el siglo XXI de asociaciones profesionales representativas que puedan definir condiciones laborales dentro de marcos legales actualizados a los contextos de convergencia de tecnológica y divergencia circulatoria, donde soportes y canales no están definidos por el medio que publica la noticia ni por los periodistas que la escriben. Por lo tanto, en estos contextos resultan insuficientes los parámetros éticos que ponían la responsabilidad en el medio o en el periodista, dado que se trata de formas de producción y circulación no exclusivas a esos dos actores, sino colectivas y entrópicas. Lo que antes requería un comité de evaluación o un defensor de lectores que recibiera y analizara la queja, hoy se resuelve en línea con los aportes colaborativos de usuarios activos, que esperan respuestas y rectificaciones instantáneas. Este posperiodismo encarna esa idea de Ulrich Beck (2006) de que vivimos en épocas donde se piden soluciones individuales a contradicciones sistémicas. El desafío del periodismo latinoamericano del siglo XXI no es digital: es esencial en la medida en que implica encontrar una identidad que vaya más allá de los eventuales adjetivos que intentan definir la profesión desde lo que no son más que partes, como las que alude los conceptos de periodismo ciudadano, militante, digital, colaborativo, hegemónico, narrativo, por citar expre-

siones de uso corriente en noticias y propuestas educativas.

La propuesta es ensayar con el prefijo *pos-*, más allá del concepto verdad que claramente excede el alcance de la tarea del periodista, para extenderlo a la profesión y ampliar así el debate sobre quién es el sujeto de la información contemporánea y reflexionar acerca de si sigue siendo el periodista el principal responsable del relato informativo. Las evidencias muestran que el reportero perdió la exclusividad de la noticia y que aumentó su dependencia de fuentes, que muchas más veces lo instrumentalizan que lo convocan. El debate de la posverdad puso en evidencia la crisis de la relación entre periodistas y políticos, y la volatilidad del vínculo que la sociedad tiene con ellos y con los medios. No solo por la falta de fidelidad en el voto y los escenarios cambiantes de la política, sino porque en los últimos años la prensa empezó a comprobar que las personas estaban reemplazándolas por otras fuentes de información.

La relación tensa que tuvieron los gobiernos del continente con la prensa, agravada por los vaivenes políticos y la debilidad de las instituciones democráticas, ha puesto al periodismo de la región en el medio de disputas de poder que lo convocaron sin voz ni voto. Los presidentes pasaron, unos medios permanecen y otros desaparecen, incapaces de encontrar una base de lectores suficiente para

sustentarlos. En el medio, los periodistas intentan acomodarse a contextos cambiantes. La política insiste en reclamarle al periodismo que haga de ella un mejor retrato, dándole indicaciones de cómo hacerlo y financiando aquellos medios que quiere prohijar mientras castiga a los críticos. Los medios buscan encontrar un negocio más allá de la información. El periodismo quedó en el centro de la disputa entre medios y políticos, sin encontrar todavía un nuevo lugar en la conversación en red de los ciudadanos.

Referencias

- Amado, A., Arroyave, J., Benítez, J. L., Chavero, P., Garcés, M., Hughes, S... y Oller, M. (2016). *Periodismos latinoamericanos: perfil y roles profesionales*. En A. Amado y M. Oller Alonso (eds.). *El periodismo por los periodistas*, 11-25. Montevideo: Konrad Adenauer Stiftung, Infociudadana. Recuperado de http://www.kas.de/wf/doc/kas_48177-1522-4-30.pdf?170310150429
- Amado, A. (2016). *La prensa de la prensa: periodismo y relaciones públicas en la información*. Buenos Aires: Biblos.
- Beck, U. (2006). *La sociedad de riesgo*. Barcelona: Paidós.
- Bennett, W. L. e Iyengar, S. (2008). A New Era of Minimal Effects? The Changing Foundations of Political Communication. *Journal of Communication*, 58(4), 707-731. doi:10.1111/j.1460-2466.2008.00410.x
- Bennett, W. L. y Segerberg, A. (2011). Digital Media and the Personalization of Collective Action. *Information, Communication & Society*, 14(6), 770-799. doi:<http://dx.doi.org/10.1080/1369118X.2011.579141>
- Blumler, J. G. y Cushion, S. (2014). Normative perspectives on journalism studies: Stock-taking and future directions. *Journalism*, 15(3), 259-272. doi:<http://doi.org/10.1177/1464884913498689>
- Blumler, J. G. y Coleman, S. (2015). Democracy and the media. *Javnost-The Public*, 22(2). doi:<http://dx.doi.org/10.1080/13183222.2015.1041226>
- Blumler, J. G. y Kavanagh, D. (1999). The Third Age of Political Communication: Influences and Features. *Political Communication*, 16(3), 209-230. doi:<http://dx.doi.org/10.1080/105846099198596>
- Boczkowski, P. J. y Mitchelstein, E. (2015). *La brecha de las noticias. La divergencia entre las preferencias informativas de los medios y el público*. Buenos Aires: Manantial.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Barcelona: Alianza.
- Castells, M. (2012). *Redes de indignación y esperanza. Los movimientos sociales en la era de internet*. Barcelona: Alianza.
- Davis, G. F. (2016). What Might Replace the Modern Corporation?

- Uberization and the Web Page Enterprise. *Seattle University Law Review*, 39(2), 507-519. Recuperado de http://webuser.bus.umich.edu/gf-davis/Papers/Davis_SULR_2016.pdf
- Deuze, M. (2005). What is journalism?: Professional identity and ideology of journalists reconsidered. *Journalism*, 6(4), 442-464. doi:<http://doi.org/10.1177/1464884905056815>
- Flood, A. (15 de noviembre de 2016) 'Post-truth' named word of the year by Oxford Dictionaries". *The Guardian*. Recuperado de <https://www.theguardian.com/books/2016/nov/15/post-truth-named-word-of-the-year-by-oxford-dictionaries>
- Guo, L., Vu, H. T. y McCombs, M. (2012). An Expanded Perspective on Agenda-Setting Effects. Exploring the third level of agenda setting. *Revista de Comunicación*, XI, 51-68. Recuperado de <http://udep.edu.pe/comunicacion/rcom/pdf/2012/Art051-068.pdf>
- Habermas, J. (1990). *Historia y crítica de la opinión pública*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Hanitzsch, T. y Mellado, C. (2011). What Shapes the News around the World? How Journalists in Eighteen Countries Perceive Influences on Their Work. *The International Journal of Press/Politics*, 16(3), 404-426. doi:<http://doi.org/10.1177/1940161211407334>
- Latinobarómetro (2015). *La confianza en América Latina 1995-2015*. Santiago de Chile. Recuperado de http://www.latinobarometro.org/LATDocs/F00005085-INFORME_LB_LA_CONFIANZA_1995_2015.pdf
- Latinobarómetro (2016). *Informe anual*. Santiago de Chile. Recuperado de <http://gobernanza.udg.mx/sites/default/files/Latinobar%C3%B3metro.pdf>
- Mellado, C. y Van Dalen, A. (2014). Between Rhetoric and Practice. Explaining the gap between role conception and performance in journalism. *Journalism Studies*, 15(6), 859-878. doi:<http://dx.doi.org/10.1080/1461670X.2013.838046>
- Stewart, J., Mazzoleni, G. y Horsfield, B. (2003). *The Media and Neo-Populism: A Contemporary Comparative Analysis*. Connecticut: Praeger.
- Tejkalová, A., de Beer, A. S., Berganza, R., Kalyango, Y., Amado, A., Ozolina, L. y Masduki. (2017). In Media We Trust. *Journalism Studies*, 9699 (February), 1-16. doi:<http://dx.doi.org/10.1080/1461670X.2017.1279026>
- Thompson, J. B. (2001). *El escándalo político*. Barcelona: Paidós.
- Waisbord, S. (2013). *Reinventing Professionalism*. Cambridge: Polity Press.
- Waisbord, S. (2016). El periodismo en contextos de mutación e incertidumbre. En A. Amado y M. Oller

Alonso (eds.). *El periodismo por los periodistas*, 6-10. Montevideo: Konrad Adenauer Stiftung, Infociudadana. Recuperado de http://www.kas.de/wf/doc/kas_48177-1522-4-30.pdf?170310150429

Waisbord, S. (26 de mayo del 2017). ¿Por qué es tan difícil dejar de creer en la información falsa? The New

York Times. Recuperado de <https://www.nytimes.com/es/2017/05/26/por-que-es-tan-dificil-dejar-de-creer-en-la-informacion-falsa/>

Wolton, D. (1998). La comunicación política: la construcción de un modelo. En J. M. Ferry y D. Wolton (eds.). *El nuevo espacio público*, 28-43. Barcelona: Gedisa.