

El periodismo conecta a individuos y a sociedades. Este fue y es su poder

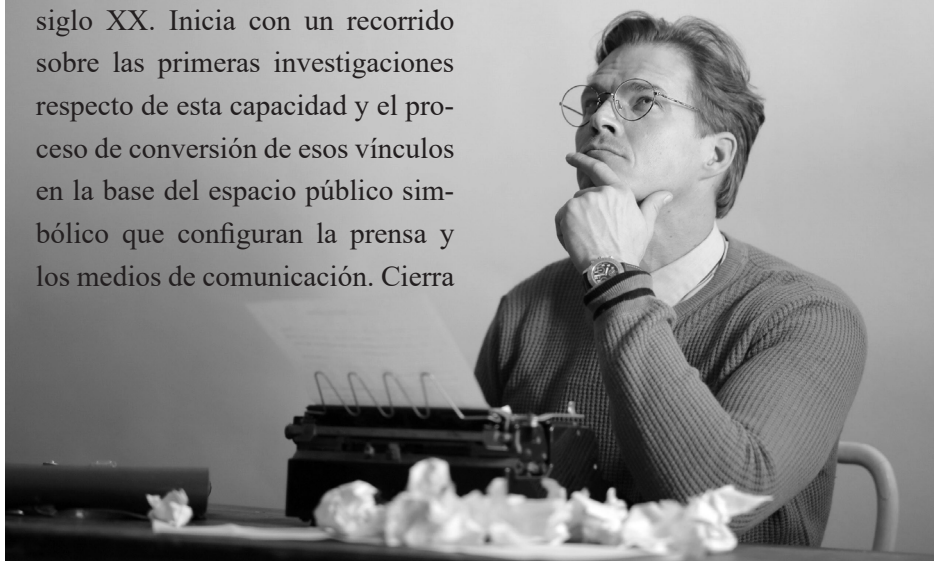
Ahora necesita reconectarse con los públicos

Consuelo Albornoz Tinajero

Introducción

El artículo reflexiona sobre las conexiones e interacciones sociales que ha permitido el periodismo hasta las últimas décadas del siglo XX. Inicia con un recorrido sobre las primeras investigaciones respecto de esta capacidad y el proceso de conversión de esos vínculos en la base del espacio público simbólico que configuran la prensa y los medios de comunicación. Cierra

esta revisión con un repaso de las implicaciones de la mediatización en las maneras de articularse del periodismo con las sociedades.



A partir de ello examina las relaciones que fueron apareciendo entre el periodismo y la democracia y las exigencias normativas que estas apreciaciones plantearon al periodismo y a los periodistas en su práctica. Siguen dos apartados con observaciones sobre los desafíos que el ejercicio del periodismo plantea a sus profesionales y a los ciudadanos

en los entornos digitales, de acuerdo con informes globales, regionales y locales, y concluye con propuestas críticas derivadas de investigaciones académicas muy recientes, sobre los retos que los cambios tecnológicos exigen al periodismo y a la prensa, y a su imperativo de enlazarse de maneras singulares con sus audiencias.

1. En el principio fueron las conexiones

El francés Alexis de Tocqueville escribió en 1835 el primer volumen de su *Democracia en América*, una investigación que inició en 1831, en los Estados Unidos. Este estudio, de 30 años, fue quien describió el poder de conexión de la prensa, dada su capacidad de difusión masiva. De ella decía:

Hace circular la vida política en todas las partes de su enorme territorio. Es ella la que, con ojo siempre avizorante, pone continuamente al descubierto los resortes secretos de la política y fuerza a los hombres públicos a

comparecer uno tras otro ante el tribunal de la opinión. Es ella la que concilia los intereses en torno a ciertas doctrinas y formula el programa de los partidos. Por medio de ella, estos se hablan sin verse y se entienden sin estar en contacto (De Tocqueville, 1989, T. I: 182).

En este poder de conexión de los periódicos, incluso en ausencia de interacciones presenciales, pues supera obstáculos como el tamaño de un territorio, Alexis de Tocqueville advertía su carácter dialógico que podía transformar una minoría

en mayoría, pues volvía posible la discusión de temas y problemas y “descubrir de esa manera los argumentos más apropiados para causar impresión en la mayoría”. El diálogo que advertía este autor tenía como principio el convencer, nunca el obligar (De Tocqueville, 1989, T. I: 188).

De ahí que considerara que “el periódico representa la asociación. Se puede decir que habla a cada uno de sus lectores en nombre de todos los demás” y expresa los sentimientos comunes de tales asociados (De Tocqueville, *Ibid.*: 154-155). Esta posibilidad es factible gracias a que

genera un ámbito para el diálogo al conectar a grupos e individuos.

La capacidad de congregarse de la prensa, el único medio de comunicación existente a inicios del siglo XIX, llevó al filósofo John Dewey a reconocer, casi un siglo más tarde, en la década de 1920, la contribución de los periódicos en la configuración y ampliación del público y de lo público. Esta dimensión es la que permite descubrir intereses comunes, entre diversos y hasta distantes, a condición de que tengan la oportunidad de “difundirse y convertirse en dominio público” (Dewey, 2004: 168).



... Alexis de Tocqueville advertía su carácter dialógico que podía transformar una minoría en mayoría...



Esta posibilidad se ampliará y será más fecunda si se debilitan los mecanismos del “secreto, el prejuicio, la parcialidad, la tergiversación y la propaganda” y se mejoran las “condiciones de debate, discusión y persuasión” (Ibíd.: 169).

Sustentado en las tesis toquevilleanas y deweyanas, sobre la facultad de vinculación de la prensa y por extensión de los siguientes medios de comunicación, Benedict Anderson, historiador y propulsor de los estudios culturales y postcoloniales, propuso su concepto de las comunidades imaginadas de públicos, integradas por miembros que aunque no se conozcan, vean o escuchen jamás, en sus mentes diseñarán la “imagen de su comunión” de acuerdo con el “estilo con el que son imaginadas” (Anderson, 1993: 23-24).

El crecimiento de las publicaciones noticiosas e informativas impresas, a partir de mediados del siglo XVI, aportó a los cambios iniciados y al surgimiento de una esfera pública,

de los públicos y de instituciones como la publicidad (Thompson, 1998: 98-99). Estos acontecimientos, al ampliar las redes de comunicación, modificaron las relaciones de poder en los ámbitos “económico, político, coercitivo y simbólico” (Ibíd.: 72).

El desarrollo de la imprenta permitió el posterior surgimiento de la prensa periódica, en la Europa del siglo XV y sentó las bases de este poder simbólico emergente, que desde su aparecimiento mantuvo cierta autonomía respecto de los campos político y religioso. Relativamente, por lo que ambos se sintieron resentidos con este nuevo campo de influencia y pretendieron utilizarlo, o reprimirlo si se resistía (Thompson, 1998: 79). Adicionalmente, la imprenta y la escritura dieron paso a la posibilidad de generar un juicio propio individual. Abonó en este sentido la posterior aparición de la prensa comercial, liberada del partidismo político.

El reconocimiento del poder de conexión y de vinculación de la prensa llevó a que el filósofo e historiador Thomas Carlyle usara por primera vez el término de "cuarto poder" o *the fourth estate* para referirse a la prensa en su obra *On heroes, hero-worship, and the heroic in history*, un conjunto de seis conferencias, publicado en 1841. En la quinta conferencia, "El héroe como hombre de letras", escribió:

Burke dijo que había Tres Estados en el Parlamento; pero, allá en la Galería de los Reporteros, está sentado un Cuarto Estado más importante que todos ellos. No es una forma de hablar o un dicho ingenioso; es un hecho literal, muy trascendental para nosotros en estos tiempos. El material publicado es nuestro Parlamento también. La imprenta, que surge necesariamente de la escritura, a menudo equivale a la democracia: inventen la escritura, y la democracia será inevitable. La escritura atrae a la impresión; atrae la impresión universal, cotidiana e improvisada como vemos en la actualidad. Quien pueda hablar a toda la nación se convierte en un poder, una rama del gobierno, con

peso inalienable en la elaboración de leyes, en todos los actos de autoridad. No importa qué rango tenga, ni qué ingresos o adornos ostente. El requisito es que tenga una lengua a la cual escuchen otros; esto y nada más es el requisito. La nación está gobernada por todos quienes tengan lengua en la nación: la democracia está virtualmente allí. Añádase que sea cual fuere el poder que exista se habrá organizado a sí mismo, poco a poco; trabajando en secreto bajo vendas, oscurecimientos, obstrucciones, nunca descansará hasta que trabaje libre, sin trabas, visible para todos (Carlyle 1993: 141-142).

La escucha de los públicos a los reporteros, conforme la cita de Carlyle, potencia su repercusión cuando la prensa es diversa, heterogénea y plural pues llega a audiencias

El cuarto poder



distintas, eso sí, alfabetizadas. Los derroteros que siguió la prensa, en especial desde el siglo XIX, produjeron impactos en la interacción social, al crear “nuevas formas de acción e interacción y nuevos tipos de relaciones sociales”, dissociadas de las dimensiones tiempo y espacio.

La interacción cara a cara, de co-presencia, dejó de ser la única posible, y apareció la acción a distancia, la “interacción mediática”,

que permite la transmisión de información con independencia del tiempo y/o de la ubicación (Thompson, 1998: 116-119). Esta característica marcó, además, el origen de lo que más tarde se conocería como la “mediatización”.

El posterior desarrollo de las tecnologías de la información, desde las últimas décadas del siglo XX, con la introducción de la interactividad, transformó el cuadro descrito por



Thompson. Produjo nuevas formas de interacción y relación comunicativa, otra vez dialógicas, con independencia de lo espacial y temporal y difuminó la divisoria entre productores y receptores.

Vistos los medios de prensa como espacios públicos, como arenas con “contornos indefinidamente extensibles”, se entiende que ellos abran el espacio para nuevas participaciones, sobre nuevos fenómenos y para albergar debates inéditos sobre aquello que antes no tenía visibilidad ni era de conocimiento público. Y que también reconfiguren permanentemente a esos públicos a los que Dewey veía como una “estructura de interacción en perpetua expansión” (Maigret, 2005: 374). En otras palabras, los espacios públicos que configura la prensa son ámbitos porosos, sin fronteras definidas, que pueden albergar a diversos públicos, que ingresarán o saldrán de ellos de acuerdo a cuan conectados se sientan.

Esta vinculación entre la prensa y los asuntos públicos -los que dejan de ser de dominio privado- casi naturalmente la entrelazó con la democracia y con la política y la ubicó en el centro de perspectivas normativas vinculadas con la formación de la opinión pública (Habermas, 1986 y 1990). Las apreciaciones sobre su poder simbólico y su influencia nuevamente se colocaron en primera línea.

Una de las percepciones más radicales, sustentada en lo señalado, es la del teórico estadounidense James Carey quien afirma que la “democracia y el periodismo son la misma cosa” y sostiene que:

Los periodistas pueden ser independientes u objetivos sobre todo lo demás, pero no pueden estar al margen de la democracia, ya que constituye la condición fundamental de su oficio. Sin las instituciones de la democracia, los periodistas se reducen a ser propagandistas o animadores. La pasión por la democracia es uno de los necesarios enlaces que los periodistas deben tener con el público y sus colegas de otros

oficios –la justicia, la enseñanza– que son igualmente dependientes de las instituciones democráticas. Sin periodismo, no hay democracia, pero, igualmente, no hay democracia, sin periodismo. Periodismo y democracia son nombres para la misma cosa (Carey, 2000).

Presupuestos normativos tan radicales como los de Carey están en la base del *watchdog journalism*, que alude a la vigilancia del periodismo a quienes ejercen poder público; favorecen pensar a la prensa como parte de las instituciones de la *accountability social*, las que de-

mandan rendición de cuentas a esos titulares del poder público; y hasta pueden explicar la creencia de que los medios de comunicación construyen la realidad. También sostienen las acusaciones a la prensa de ser actor político, y alimentan la teoría del malestar mediático, según la cual la prensa y el periodismo son los responsables del descrédito de la política y de los políticos y del debilitamiento de la democracia. Terribles potestades, fortalecidas por ciertos procesos de la mediación.

2. La mediatización

La mediatización es una noción frecuentemente asociada a la creciente percepción sobre la influencia de los medios, preconizada tanto desde la propia prensa como desde fuera de ella. Según el semiólogo argentino Eliseo Verón constituye un “operador semántico” pues actúa como un término que facilita la comprensión de fenómenos complejos, por parte de quienes los usan y de quienes los

reciben (Verón, 1997: 10).

Para comprender el fenómeno de la mediatización Verón conceptualiza los medios de comunicación como un ámbito sociológico, antes que tecnológico (Verón, 2004: 194). Con esta mirada, los medios de comunicación son dispositivos de producción de mensajes bajo unas ciertas condiciones de producción



y de re-
conoci-

miento (Verón,
1997: 13). Lo cual les confiere un
carácter situado, no determinístico,
y cambiante de acuerdo con las rea-
lidades socio-culturales en las cua-
les son producidos y recibidos.

En la matriz conceptual veroniana,
la mediatización está asociada con
la semiosis*, entendida como la di-

* Afirmar que la semiosis puede ser en-
tendida como la dimensión significativa de
los fenómenos sociales, aflora porque una
sociedad "puede ser considerada como un

mensión significativa de los
fenómenos sociales,
de lo cual deriva su
afirmación sobre
que la semio-
sis se presen-
ta como una
“dimensión
antropológi-
ca del Homo
Sapiens”. Así,
el fenómeno de
la mediatización
aparece como una
constante en la historia

de la especie humana y no
solo como un proceso de la mo-
dernidad (Verón, 2013: 18). La dis-
tinción que incorpora Verón es que
desde el siglo XIX la mediatización
se acelera, por los desarrollos tecno-
lógicos en materia de comunicacio-
nes que modifican sustancialmente
la forma de percibir el tiempo y el

espacio. Cada nuevo dispositivo
tejido extremadamente complejo de juegos
tecnológico asevera Verón, info-
rma los discursos que se interfieren mutuamente.
Tiene, por tanto, una dimensión relacional.
Estos juegos del discurso son el contexto en
aspectos de la "semiosis humana" el
sentido (Sigal y Verón, 1986: 15).

Esto se habría completado con la aparición de la Internet, a cuya irrupción Verón atribuye impactos políticos fundamentales (Verón, 2013: 19).

En la mediatización que propone Verón es clave la diferenciación que hace entre ella y la mediación. Una primera afirmación es que toda comunicación es mediada y que no existe comunicación directa, ni siquiera la cara a cara. Su argumento es que incluso en la conversación presencial las “ondas sonoras del lenguaje hablado constituyen un soporte tan material como la pantalla de televisión” (Verón, 2013: 144).

Un segundo cuestionamiento es sobre la definición de “los medios”, en referencia a los procesos que requieren de una tecnología de comunicación para que se verifiquen.

La aseveración de Verón es que el desarrollo tecnológico está asociado con la evolución del homo y, con la “emergencia de la semiosis” (Verón, 2013: 144). Frente a estas dos aseveraciones, Verón concluye que haber sostenido que la charla entre dos personas es una comunicación no mediada, y que los medios producen “distancia, alienación y muchos otros males que destruyen la autenticidad del cara-a-cara” es una



Una primera afirmación es que toda comunicación es mediada y que no existe comunicación directa...



de las tantas “ideologías, ilusiones y profetismos” de la modernidad, que ignoran que los “fenómenos mediáticos son un atributo evolutivo de la especie” (Verón, 2013: 146-147).

Desde otro enfoque, Strömback sostiene el carácter complejo de la mediatización y propone examinarla como un proceso en cuatro etapas, ni lineal, ni causal, ni unidireccional (Strömback, 2008: 229). Tampoco determinado, pues la lógica de los medios podrá impactar en los actores políticos de muy diversas maneras, conforme el funcionamiento de las instituciones políticas (Strömback, 2008: 234-235).

De acuerdo con Strömback, una primera fase se da cuando los medios de comunicación son la fuente más importante de información y “el canal de comunicación entre la ciudadanía y las instituciones y actores políticos”. En la segunda fase los medios adquieren mayor independencia y funcionan más con su lógica mediática que con la ló-

gica política. En la tercera fase los actores políticos aún perciben a los medios de comunicación como externos, pero también reconocen la necesidad de adaptarse a su lógica y a sus nociones de interés periodístico. Comienzan a pensar en ellos no solo para las campañas electorales, sino para la formulación de las políticas. Se generaliza la idea de que la realidad mediada es más importante que cualquier tipo de realidad empírica u objetiva. En la cuarta fase los actores sociales y políticos además de adaptarse a la lógica mediática y a sus valores, los interiorizan y aceptan que la lógica de los medios se incorpore a la gestión de gobierno (Strömback, 2008: 236-240). En este proceso, colateralmente, se produce una profesionalización del periodismo, que consolida su independencia, pero también una incorporación de los publicistas y asesores de imagen en la actividad política.

De lo anterior sigue que el grado de mediatización de una sociedad no



...las formas que tome la mediatización dependerán de las realidades particulares de los diferentes campos sociales.

tiene relación ni con qué medio o medios dominen el “paisaje mediático”, ni con el régimen de propiedad prevaleciente, privado o estatal e incluso partidario. Lo que lo define es cómo interactúan los medios con los individuos y con los actores políticos y sociales (Strömback, 2008: 231). Es decir, las formas que tome la mediatización dependerán de las realidades particulares de los diferentes campos sociales (Hepp, Hjarvard y Lundby, 2010: 226-227).

Con independencia de las dos perspectivas, los espacios públicos conformados por la prensa, en palabras del filósofo español Daniel Innerarity, constituyen arenas de

intercambio que proveen a las sociedades de cierta consistencia, por la posibilidad de compartir interpretaciones que posibiliten el diálogo y permitan distinguir qué debe ser objeto de deliberación y qué debe ser protegido de la discusión pública (Innerarity, 2006: 47- 61). Dos ejemplos contemporáneos de esta premisa son: la posibilidad de descubrir el acoso sexual a las mujeres, que se abrió al escrutinio público; y la necesidad de preservar a la niñez y cuidar de su privacidad.

Para el profesor británico Roger Silverstone, uno de los pioneros en la investigación sobre medios y comunicación, el espacio mediático global es el ámbito de la aparición de quienes se interesan por participar. Es el espacio de la presentación de unos extraños, que se vuelven familiares, al menos momentáneamente, y convocan a un nosotros, cuando les permitimos ingresar a nuestro espacio (Silverstone, 2010: 14).

Silverstone anota la paradoja que

implica que unos extraños sean los que provean a otros extraños de los elementos para moldear sus visiones sobre el mundo y hasta sobre sí mismos. Una contradicción que surge de la coexistencia de una “distancia mediatizada” (Silverstone, 2010: 18) y, consiguientemente de una cercanía mediatizada, si se lo relaciona con la afirmación de Verón sobre la imposibilidad de una comunicación no mediada.

En virtud de esta comprensión, los medios de comunicación, desde los masivos a los personales, crean un espacio público mediatizado frac-

turado y efímero pero abarcador y omnipresente, quizá el “único espacio público” disponible en un mundo globalizado, establece. Es en este espacio que los objetos, los individuos, los colectivos aparecen, se tornan visibles, están en algún lugar, a la mano, esperando que las audiencias, los públicos, los espectadores, consumidores y actores los busquen y reconozcan. Por estar allí, “ya no podemos fingir que no existen”. Y a más de presentarse el derecho a acceder a esos objetos, también aparece la necesidad y la “responsabilidad de escuchar y responder” (Silverstone, 2010: 49-50).



Este hecho abre muchas posibilidades de compartir, de diferentes maneras, dado que el mundo se presenta “compartible, no necesariamente compartido”. Esta caracterización configura a los medios de comunicación como el espacio de aparición de la modernidad tardía, en el que se presentan los acontecimientos en su inmediatez, y en su diversidad. E investido de una pluralidad que ya no

puede ser ignorada, ni negada. Pues si algo común propone la mediación es la expresión de la diferencia (Silverstone, 2010: 52).

Las consideraciones enunciadas en los párrafos anteriores, sobre cómo la prensa y el periodismo nos vinculan, nos acercan o nos remiten a espacios comunes son clave para comprender las atribuciones del enorme poder que se le otorga

a la prensa, y hasta del auto convencimiento de periodistas sobre tal imperio. Pero la prensa y el periodismo perdieron su hegemonía en la búsqueda, selección y difusión de la información de interés público, y comenzaron a compartir estas actividades con los hasta entonces receptores, audiencias, públicos.

La presencia de los públicos en las redes sociales, interactuando con los pe-



riodistas y con las organizaciones de prensa, selló tal menoscabo. Con la popularización de las redes sociales el periodismo perdió la ventaja de ser la institución que difundía las primicias, y las exclusivas. Estas, ahora, las divulgan los usuarios de las redes sociales, especialmente de *Twitter*. A esto se añade una crisis en la industria de la prensa que se ha profundizado en el siglo XXI y se está mostrando más desafiante para el ejercicio del periodismo.

En simultáneo, en la década de 1990 el término posverdad (post-truth) fue usado por primera vez en inglés por el dramaturgo serbio-estadounidense Steve Tesich, en un artículo publicado en la revista *The Nation* en 1992. Tesich lamentó que “nosotros, como pueblo libre, hayamos decidido libremente vivir en un mundo en donde reina la posverdad”. Se refería al escándalo Irán-Contra y a la guerra del Golfo Pérsico. “Y usó posverdad de la misma manera en que se lo usa hoy”



La práctica de la posverdad devino en pérdida de credibilidad de la prensa.

(La Nación, 2017). La práctica de la posverdad devino en pérdida de credibilidad de la prensa.

Hasta aquí el recorrido transcurre por un territorio conocido, pero que se está difuminando y necesita ser descifrado a partir de los contornos con los que están emergiendo paisajes inexplorados. El periodismo sigue siendo importante para preservar, consolidar y ampliar vínculos. Perdura como un ámbito de diálogo y de discusión. Sigue manteniendo una relación con las libertades y con la democracia. Pero enfrenta problemas desconocidos, como los señalados en los acápites que siguen. Ahora ya no está solo. Le acompañan quienes fueron hasta hace una

”

Hay una baja en el interés por las noticias, una merma en su confianza...

décadas sus audiencias y que hoy actúan como sus pares, con igual e incluso mayor influencia y convocatoria, en virtud del entorno digital en el que interactúan.

3. La inevitable reconexión del periodismo con los públicos

El informe de 2022 del *Reuters Institute for the Study of Journalism* descubre un panorama del que no es posible sustraerse. Las realidades estudiadas representan a más de la

mitad de la población mundial, en sus diversidades territoriales, culturales, sociales, económicas y políticas e indican tendencias que se han mantenido desde 2015 cuando



el Instituto Reuter inició estos exámenes.

Hay una baja en el interés por las noticias, una merma en su confianza y la propia concepción de qué es noticia es de lo más variada. Y aunque el reporte confirma que hay heterogeneidad en estos procesos, sus hallazgos documentan que la conexión entre el periodismo y gran parte del público se está desgastando, y que las audiencias jóvenes usan los medios de prensa de modos inéditos. A pesar de ello, hay periodistas y organizaciones de noticias que no admiten los cambios y se muestran reacios para adoptar prácticas distintas de las conocidas y tradicionales.

El informe de Reuter encuentra que los menores de 35 años son renuentes a los medios de comunicación y prefieren informarse a través de las redes visuales como *Tik Tok* e *Instagram*. El 39 por ciento de los nativos sociales, es decir los jóvenes de entre 18 y 24 años, que crecieron con la internet social y participati-

va, elige informarse a través de las redes sociales. El 34 por ciento de ellos prioriza visitar un portal de noticias o una aplicación. Entre los menores de 35 años apenas el 37 por ciento confía en las noticias, entre los mayores de 55 años el 47 por ciento lo hace. Cuatro de cada diez menores de 35 años evitan las noticias a menudo o a veces y un tercio de los mayores de 35 años lo hace. Su razón es que les desaniman y les provocan preocupaciones, o las consideran sesgadas y poco creíbles. También les cuesta comprenderlas. Algo que llama la atención es que sigue siendo importante el texto, aunque el video se expande. Hay que aclarar que el reporte no explica a qué se debe.

Un importante grupo de entrevistados considera que los medios de prensa son sujetos de una influencia política indebida y solo una minoría cree que la mayor parte de las organizaciones de noticias antepone los valores sociales a sus intereses comerciales.



Entre las personas con niveles de educación más bajos sus respuestas señalaron la dificultad de seguir y de comprender las noticias.

¿Podrán revertirse estas tendencias?, ¿será posible atraer al mundo de las noticias a los jóvenes? ¿Qué nuevas estrategias y prácticas podrán emplear las organizaciones de noticias y los periodistas con estos segmentos?

Los hallazgos sobre la confianza en las noticias indican una disminución en casi la mitad de los países estudiados y un aumento en solo siete de ellos. ¿Qué origina la desconfianza en las noticias y la incredulidad de las audiencias en los medios de prensa? El informe de 2022 revela un relativo incremento de la “fatiga informativa”, es decir

del alejamiento de las noticias sobre política y otros temas. El interés por las noticias bajó del 63 por ciento en 2017 al 51 por ciento en 2022.

Entre las personas con niveles de educación más bajos sus respuestas señalaron la dificultad de seguir y de comprender las noticias. ¿La alfabetización mediática puede contribuir a facilitar la comprensión de las noticias? ¿Cómo recuperar la atención e interés de quienes se alejaron de la información que difunde los aspectos negativos de la realidad? ¿Es una opción ampliar la mirada del periodismo de investigación y reforzarlo con las planteadas por el periodismo de soluciones, que ofrece respuestas a los problemas dañinos que afectan a las sociedades?, o ¿recuperar la visión del periodismo de servicio? ¿Tiene sentido abandonar o relegar las fuentes institucionales y oficiales y priorizar las voces de sus audiencias, para entablar un diálogo con ellas y promover su participación?

La preocupación de los públicos por la desinformación y las noticias falsas es otro elemento estudiado en el informe en cuestión.

El 54 por ciento ignora qué es real

y qué es falso en la información en línea. Entre quienes recurren a las redes sociales el 61 por ciento duda más sobre su veracidad. Los países latinoamericanos están entre los que más zozobra presentan al respecto.

4. La violencia política contra periodistas

El informe de la UNESCO (2020) sobre la violencia en línea contra mujeres periodistas expone un problema que afecta a las profesionales a nivel mundial. Este reporte evidencia que el acoso y los ataques contra el periodismo se encarnizan contra las periodistas, y están conectados con su trabajo de reporterismo y de investigación periodística. La impunidad frente a las agresiones a los periodistas en general, incluso en el caso de asesinatos, es factor clave para alentar su ejercicio. Pocos muy pocos perpetradores son llevados ante la justicia y apenas uno de cada diez asesinatos a periodistas ha terminado con una sentencia.

Esta violencia que afecta a quien

ejerce el periodismo es “desproporcionadamente elevada” en los entornos digitales, en línea, y está correlacionada sobre todo con la



cobertura de temas sobre género, política, elecciones, derechos humanos y política social.

Estas agresiones están relacionadas con campañas de desinformación planificadas, dirigidas a silenciar a las periodistas, “socavar la libertad de prensa y acallar al periodismo crítico con ataques organizados”. Los mayores atacantes son anónimos o desconocidos, en primer lugar, a ellos les siguen los agentes políticos. Entre ellos hay colectivos misóginos que buscan enmudecer a las mujeres. *Facebook* es la red social considerada menos segura, incluso con mayor peligro

que *Twitter*.

Una de las recomendaciones preliminares derivada de las primeras conclusiones es la de no culpar a las periodistas por la violencia en línea que sufren, ni tampoco esperar que gestionen o enfrenten el problema solas. Otra es la de animar a las redes de periodistas y a los investigadores a conocer más sobre las agresiones, a fin de procurar respuestas colectivas, velar por la seguridad de las periodistas y darles el apoyo necesario.

El informe señala que las prácticas populistas “asociadas con la demo-



...no culpar a las periodistas por la violencia en línea que sufren, ni tampoco esperar que gestionen o enfrenten el problema solas.



nización de los periodistas y del periodismo y con los discursos misóginos” desencadenaron la violencia en línea. De modo sorprendente, el 14 por ciento de las periodistas agredidas responsabilizó a sus compañeros de trabajo y a colegas de organizaciones de noticias rivales como fuentes de la violencia en contra suya.

Este ensañamiento tiene consecuencias calificadas de graves para la salud mental de las periodistas. El 12 por ciento de quienes sufrieron estas agresiones debió recurrir a ayuda médica o psicológica. El 30 por ciento se autocensuró en los medios sociales, el 20 por ciento dejó de interactuar en línea, el 18 por ciento eliminó la participación de públicos y el 11 por ciento se retiró permanentemente de las plataformas.

El informe 2022 de Reporteros sin Fronteras (RSF) evidencia que los políticos en Latinoamérica alimentan la desconfianza contra la prensa y buscan estigmatizar a los perio-

distas. Sobresalen Cuba, Nicaragua, Venezuela, México, El Salvador y Brasil.

Estos ataques se sustentan en normativas abusivas, intimidación, persecución, acoso en línea y procedimientos judiciales arbitrarios.

Como un entorno tóxico y deteriorado crecientemente califica RSF el ambiente en el cual los periodistas ejecutan su trabajo. A ello agrega las dificultades de acceso a la información pública y oficial.

A nivel global RSF registra los “efectos desastrosos” por el caos informativo creado por un espacio digital que promueve la desinformación y la propaganda, y fomenta la fractura social, la polarización política y debilita a la democracia.

Otro problema que se añade a los indicados es la insuficiente libertad de prensa y el incremento de los países catalogados en situación muy grave: 12 en total. Entre ellos figuran Corea del Norte, Eritrea, Irán, Irak,



El acoso a mujeres periodistas indica cifras preocupantes. Mientras en 2020 fueron denunciadas 19 alertas, en 2021 subieron a 46.

Turkmenistán, Birmania, China, Rusia y Bielorrusia. Estos son datos que sugieren la pervivencia de una correspondencia entre los ataques al periodismo y la presencia de líderes autoritarios en los gobiernos y estados.

En el caso ecuatoriano, el informe de Fundamedios, “Ecuador 2021: y a los periodistas nos siguen pegando bajo”, revela “cifras escalofriantes”. Entre enero y diciembre de 2021 hubo un total de 289 agresiones contra periodistas, medios de comunicación y ciudadanos, que vulneraron sus derechos a la libertad de prensa y de expresión, así como de acceso a la información.

El informe señala el crecimiento numérico de las agresiones contra el periodismo por parte de la delincuencia organizada. En 2021 fueron registrados 21 ataques, mientras que en 2020 solo hubo 2. El 45 por ciento fueron amenazas y el 55 por ciento ya constituyeron agresiones y ataques.

El acoso a mujeres periodistas indica cifras preocupantes. Mientras en 2020 fueron denunciadas 19 alertas, en 2021 subieron a 46. Estos ataques se fundaron sobretudo en su condición de mujeres. Los perpetradores fueron desde el expresidente de la república, Abdalá Bucaram, hasta atacantes anónimos, cobijados en la impunidad que les proveen las redes sociales.

La violencia contra el periodismo se incrementó en la etapa electoral, vivida en 2021, cuando hubo comicios generales y elección presidencial en dos vueltas. 29 ataques provinieron de actores estatales y 25 de agentes políticos.

Fundamedios también da cuenta de los ataques al periodismo en la movilización acontecida en octubre de 2021, que fuera promovida por organizaciones indígenas. Las agresiones provinieron de elementos de la policía y de los manifestantes.

Un capítulo especial dedica el informe de Fundamedios a la falta de avances en las investigaciones de crímenes e intentos de asesinato contra periodistas ecuatorianos. En el 2021 continuaron en la impunidad los asesinatos de ocho periodistas.

Las afectaciones a la salud mental es otro acápite tratado en el reporte. La investigación de Fundamedios, en asocio con una universidad ecuatoriana, registra que, de 196 periodistas entrevistados, entre los 21 y 65 años, el 17 por ciento siente una baja realización profesional; el 16 por ciento sufre de agotamiento emocional; el 11 por ciento vive estrés post-traumático y el 7,7 por ciento padece ansiedad e insomnio. La presencia de la COVID-19, considerado el hecho más estresante, podría explicar esas cifras.



Otro de los aspectos que relieves al documento es la presencia de desiertos informativos en algunos territorios ecuatorianos.

Es decir, hay localidades que no cuentan con acceso a ningún medio de comunicación local. Están expuestos, por tanto, a sufrir mayor desinformación. Pero también hay propuestas novedosas para formular miradas renovadas desde el periodismo y levantar nuevas prácticas periodísticas.

En mayo de 2021, describe el informe, la legislatura aprobó la ley de violencia digital, que daba lugar a futuras vulneraciones a las libertades y derechos en el entorno digital. Esta normativa fue objetada por el presidente ecuatoriano, Guillermo Lasso, y sus impugnaciones permitieron la sanción de una normativa que anuló las violaciones y censura a la libertad de expresión en las plataformas digitales, que fueran inicialmente aprobadas.

5. A manera de conclusión: otras preocupaciones

Los reportes descritos en los apartados 3 y 4 exponen algunos de los problemas que afrontan el periodismo y los periodistas y los modos cómo estas dificultades se articulan y se potencian. Varias de estas situaciones son objeto de estudio de la literatura especializada y están en el centro de las nuevas inquietudes que levantan.

Una reciente investigación de Manfredi, Amado y Gómez-Iniesta

(2022) examina la crisis del modelo periodístico surgido en el siglo XIX y desarrollado en el XX, que incorpora componentes emocionales en las noticias que difunde en el siglo XXI (Manfredi, Amado, Gómez-Iniesta, 2022, 208). El factor emotivo es materia prima de la desinformación, cuyo propósito es erosionar la credibilidad de las instituciones periodísticas y gubernamentales y “debilitar la estructura política y la cohesión social” (Ibíd.

209). Desde tal enfoque la desinformación es una actividad política en la cual intervienen las audiencias cuando distribuyen material de mala calidad, u observan el espacio digital repleto de instrumentos automatizados (Ibíd.). Frente a ello, el papel de verificador del periodismo es clave, para develar las informaciones falsas y dañinas que circulan en los entornos digitales.

Lo señalado relieves como:

La desinformación opera en países cuyos sistemas políticos y mediáticos están debilitados. El estado de la libertad de información antecede las crisis políticas e institucionales mediante políticas clientelares, censura, corrupción y amenazas directas a la seguridad de los periodistas. La lucha contra la desinformación desde instituciones internacionales (...) no tendrá repercusión en las audiencias locales, si estas no tienen acceso a medios saneados, estables y de referencia (Manfredi, Amado, Gómez-Iniesta, 2022, 216).

Con respecto de la desconfianza ciudadana hacia los contenidos pe-



...el papel de verificador del periodista es clave, para develar las informaciones falsas y dañinas que circulan en entornos digitales.

riodísticos e informativos, un estudio de caso sobre el llamado “estallido social” ocurrido en Chile en 2019, registra la falta de confianza de la sociedad chilena en los medios tradicionales por considerar que están manipulados. La décimo tercera encuesta sobre participación, jóvenes y consumo de medios en 2021 enuncia que el 40 por ciento de los jóvenes de 18 a 29 años desconfía de los medios tradicionales. La décima encuesta nacional de televisión, también de 2021, sostiene que el 22 por ciento de la población no confía en los medios por presumir que son manipulados (Ramírez y Matus, 2022).

Esta desconfianza se sustenta en la creencia de que:

los medios de prensa serían serviles a poderes fácticos externos a ellos, sean de orden político-institucional o económico-empresarial, y por ello no representarían correctamente la realidad ni a los intereses de las personas comunes (Ramírez y Matus, 2022: 251).



Sin embargo, señalan los autores, las investigaciones desmienten esta percepción, y citan las indagaciones de Greene, Lecaro y Cerda-Diez, 2022; Gronemeyer y Porath, 2015; y Mellado y Humanes, 2012. De acuerdo con estos estudios, los reporteros y editores son autónomos en sus decisiones editoriales; hay heterogeneidad editorial al interior de los principales medios chilenos, y en los espacios de opinión se observa una política editorial que promueve el pluralismo en los enfoques y perspectivas de sus autores (Cf. Ramírez y Matus, *Ibíd.*: 250).

Este supuesto, agregan los autores, se presenta como un fenómeno recursivo, difícil de superar, al que definen como un “marco de desconfianza mediática [*media distrust frame*], y sugerimos que opera como un marco genérico pues está presente en diversos discursos” (*Ibíd.*: 258). Un riesgo asociado es que la recursividad de tal afirmación podría llevar a un mayor debilitamiento de los medios editoriales

con contenidos periodísticos, y a un fortalecimiento de los medios sociales, a pesar de que ellos sean un espacio ideal para los populismos (Cf. Ibíd.).

La antigua periodista y actual investigadora del *Reuters Institute for the Study of Journalism* Amy Ross-Arguedas estudia la relación contradictoria que los periodistas mantienen con plataformas como *Facebook*, *Google* o *Twitter*. Por un lado, consideran que ellas contribuyen a minar la confianza en las noticias, pues ignoran los contextos en los que circula la información periodística y así debilitan la autoridad del periodismo. Al mismo tiempo, las utilizan estratégicamente para lograr objetivos profesionales como los de llegar mejor a sus audiencias, incrementarlas y ampliar su alcance y con ello expandir sus oportunidades. Contraponen objetivos a corto plazo, como los señalados, a propósitos a largo plazo como el de recuperar la confianza de los públicos en las noticias (Ross-Ar-

guedas. 2022). Otro problema que la autora registra es la disociación de los públicos, que no reconocen el origen periodístico de la información, dado que su difusión es por medio de plataformas, y porque no visitan los sitios web de las organizaciones informativas, ni miran las



trasmisiones de información.

Como se advierte, las realidades indagadas aún no son suficientemente conocidas, ni estudiadas, como tampoco comprendidas y enfrentadas. La cohabitación del periodismo con productores de contenido que no son periodistas, pero que entregan información relevante y pertinente, mezclada con desinformación es uno de los desafíos para el

periodismo. ¿Cómo interactuar en y con las redes sociales, que priorizan lo emocional y son campos fértiles para la producción de desinformación y de la posverdad?

Las respuestas necesariamente surgirán de investigaciones locales, sobre realidades específicas, mejor si son interdisciplinarias y comparativas.

**Consuelo
Albornoz
Tinajero**

Profesora, investigadora y periodista. Doctora en Ciencias Sociales por la Universidad Nacional del Cuyo. Columnista en revista digital Plan V. Excolumnista en Diario Hoy (Ecuador).

Bibliografía:

- Anderson, B. (1993). *Comunidades imaginadas*. México: Fondo de Cultura.
- Carey, J. (2000). Journalism and democracy are names for the same thing. *Nie-man Reports*, 54(2).
- Carlyle, T. (1993). *On heroes, hero-worship, and the heroic in history* (Vol. 1). Univ of California Press.
- De Tocqueville, A. (1989). *La democracia en América*. Madrid: Aguilar Ediciones.
- Dewey, J. (2004). *La opinión pública y sus problemas*. Madrid: Ediciones Morata.
- Fundamedios (2022). Ecuador 2021: ...Y a los periodistas nos siguen pegando bajo. https://www.fundamedios.org.ec/wp-content/uploads/2021/12/Informe-ec_compressed-1.pdf
- Habermas, J. (1986). *Historia y crítica de la opinión pública*, México DF. Ediciones Gustavo Gili.
- _____. (1997 [1990]). Prefacio a la nueva edición alemana de 1990. En *Historia y Crítica de la Opinión Pública*, pp. 1-36. Ediciones G. Gili, México, Barcelona.
- Hepp, A., Hjarvard, S. y Lundby, K. (2010). Mediatization—empirical perspectives: An introduction to a special issue. *Communications*, 35 (3), 223-228.
- Innerarity, D. (2006). *El nuevo espacio público*, Madrid: ESPASA.
- La Nación. (25 de julio de 2017). Qué significa y de dónde viene el término “posverdad”. <https://www.lanacion.com.ar/sociedad/historia-del-termino-posverdad-desde-la-guerra-del-golfo-hasta-donald-trump-nid2046231/>
- Maigret, E. (2005). *Sociología de la comunicación y de los medios*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Manfredi, J. L., Amado, A. & Gómez- Iniesta, P. (2022). Desinformación de Estado: emociones al servicio de la causa. *Communication & Society*, 35(2), 205-221.
- Ramírez, C y Matus, P. (2022). Marco de desconfianza mediática: Una propuesta para entender el descrédito de los medios de comunicación. *Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación*, (150), 247-262.

- Reporteros sin Fronteras (2022). Clasificación 2022 | América latina: Un entorno cada vez más tóxico. <https://www.rsf-es.org/clasificacion-2022-analisis-general-la-nueva-era-de-la-polarizacion/>
- _____ (2022). Clasificación 2022 | Análisis general: La nueva era de la polarización. <https://www.rsf-es.org/clasificacion-2022-america-latina-un-entorno-cada-vez-mas-toxico/>
- Reuters Institute (2022). Digital News Report 2022. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/es/digital-news-report/2022>
- Ross.Arguedas, A. et al. “It’s a Battle You Are Never Going to Win”: Perspectives from Journalists in Four Countries on How Digital Media Platforms Undermine Trust in News. *Journalism Studies*, 2022, p. 1-20.
- Sigal, S., y Verón, E. (1986). Perón o muerte. Los fundamentos discursivos del fenómeno peronista. Buenos Aires: Legasa.
- Silverstone, R. (2010). La moral de los medios de comunicación: sobre el nacimiento de la polis de los medios. Amorrortu.
- Strömbäck, J. (2008). Four phases of mediatization: An analysis of the mediatization of politics. *The International Journal of Press/Politics*, 13(3), 228-246.
- Thompson, J. (1998). Los media y la modernidad. Barcelona, Paidós.
- UNESCO (2021). Violencia en línea contra las mujeres periodistas: Instantánea mundial de la incidencia y las repercusiones. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000375136_spa
- Verón, E. (1997). “Esquema para el análisis de la mediatización”, en *Diálogos de la comunicación*: No 48, octubre 97: 9- 17.
- _____ (2004) Fragmentos de un tejido. Buenos Aires: Gedisa. Barcelona.
- _____ (2013). La semiosis social, 2. Buenos Aires: Paidós.