

**PERIODISTAS CHILENOS:
EL RETO DE FORMAR PROFESIONALES
AUTÓNOMOS E INDEPENDIENTES**

María Elena Gronemeyer

LO QUE EL PÚBLICO NECESITA SABER

Maxwell McCombs

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LAS ELECCIONES PARLAMENTARIAS DE 2001

**¿CONSPIRACIÓN O SIMPLE
MEDIOCRIDAD?**

Sergio Godoy

**LA REGULACIÓN DE LAS TELECOMUNICACIONES EN CHILE
EL DIFÍCIL CAMINO HACIA LA
TRANSPARENCIA**

Milagros Rivera

PERIODISTAS CHILENOS:

El reto de formar profesionales autónomos e independientes

María Elena Gronemeyer

Doctora en Comunicación Social por la Universidad de Carolina del Norte-Chapel Hill, profesora de la Escuela de Periodismo de la Pontificia Universidad Católica de Chile.
[m Groneme@puc.cl]

Mediante una encuesta nacional que se aplicó a los periodistas y editores, que fue complementada con entrevistas en profundidad y discusiones grupales, se quiso medir e interpretar la percepción que tienen los profesionales respecto de su autonomía e independencia, así como la importancia que le atribuyen a estos valores. Se constató una grave dosis de inseguridad y de conformismo, en desmedro de valores que se consideran fundamentales. El impacto de estos resultados en las prioridades educativas de los futuros periodistas es claro: se necesita formar profesionales que sepan valorar su autonomía y que estén preparados para hacerse personalmente responsables de su desempeño.¹



1. Esta investigación –basada en el trabajo doctoral de la autora– fue presentada en la 23 Conference and General Assembly (IAMCR/AIECS/AIERI), en Barcelona, el 23 de julio de 2002.

2. La encuesta se realizó en 87 comunas del país. Se hizo en conjunto con el Instituto de Estudios Mediales y la Dirección de Estudios Sociológicos del Instituto de Sociología de la Pontificia Universidad Católica de Chile. Recuperado el 30 de agosto de 2002, de <http://www.per.puc.cl/institut/iglesia.html>.

Esta investigación del año 2000-2001 se propone responder preguntas sobre los niveles de autonomía e independencia de los periodistas chilenos. La inquietud que dio origen al estudio son las persistentes críticas desde la academia y la opinión pública a la calidad del trabajo periodístico. Se acusa a los periodistas de ser sobre todo pasivos, superficiales, faltos de creatividad y faltos de independencia. En una encuesta nacional del año 2001², que utilizó un listado de 15 profesiones para medir su confiabilidad, los periodistas son calificados como los profesionales menos confiables de la sociedad chilena.

Desde que Chile volvió a la democracia, en 1990, los periodistas reiteradamente han atribuido sus debilidades esencialmente a dos razones: 1) a la experien-

cia pasada de censura y autocensura impuestas por 17 años de régimen militar entre 1973 y 1989, y 2) a la lógica de libre mercado imperante hoy, que dictaría las normas con que operan las empresas periodísticas.

Sin negar la posibilidad de que aquella experiencia y el mercado condicionan en cierta medida el actual quehacer periodístico chileno, este estudio se sustenta en la hipótesis de que las debilidades de que se acusa a los periodistas chilenos pueden tener su origen en razones adicionales, y tal vez anteriores, a la represión vía censura o autocensura, y que un entorno de libre mercado probablemente esté potenciando estas falencias en vez de estarlas necesariamente creando. Se parte entonces de la base de que era necesario poner a prueba un discurso que

La investigación deja en evidencia la significativa brecha que existe entre los valores considerados importantes para el periodismo por los editores y periodistas, y aquellos que ellos perciben como los de mayor relevancia para los dueños y directivos de los medios de comunicación.

a ratos aparece como incapaz de explicar desde nuevas perspectivas la persistencia de las debilidades del periodismo chileno.

Por eso, el foco de la atención se orienta en este proyecto hacia la persona del periodista. La presente investigación se sustenta en la premisa de que el trabajo periodístico de calidad exige de él una disposición y capacidad personal para regirse por los estándares o principios de acción que su profesión le propone a través de la doctrina ética y de la jurisprudencia acumulada en relación con el quehacer periodístico. Se centra por tanto en los ámbitos de responsabilidad personal del profesional. Sin desconocer las influencias del contexto social y de las políticas del propio medio y legales, a las cuales necesariamente debe adaptarse, lo cierto es que el profesional debe preservar y desarrollar espacios de autonomía e independencia que se hacen exigibles para cumplir con el fin del trabajo periodístico.

Como formadores de actuales y futuros periodistas, este ámbito de la disposición y exigencia personal nos debe preocupar especialmente. Desde la academia no nos es posible cambiar globalmente los sistemas de comunicaciones o las políticas de las empresas periodísticas. Pero sí podemos contribuir a que aquéllos se vayan adecuando gradualmente a los requerimientos de un periodismo de calidad a través de la formación de periodistas que no sólo conozcan y aprecien los principios o valores de su profesión, sino que también estén dispuestos a comprometerse activamente con su defensa y aplicación al momento de hacer periodismo. Desde esta perspectiva, se considera relevante para el perfeccionamiento de la educación profesional conocer el actual compromiso de los periodistas chilenos con dos valores o principios centrales del ejercicio periodístico: la autonomía y la independencia.

Ante la falta de evidencia empírica en Chile sobre los grados de autonomía e independencia de sus periodistas y de los factores que inciden sobre ello, la intención de este estudio ha sido proveer esa información cuantitativa y aportar una interpretación cualitativa de los hallazgos estadísticos. La investigación de carácter descriptivo se basa en una encuesta nacional aplicada a editores y periodistas chilenos que al momento del estudio estuvieran trabajando con régimen de jornada completa o media jornada en prensa escrita, radio o televisión. Dividido en cuatro partes, el instrumento –diseñado especialmente para este proyecto– mide la importancia atribuida por los encuestados a valores de la profesión vinculados a la autonomía y la independencia, y luego la percepción que editores y periodistas tienen de la importancia que los dueños o directivos de los medios de comunicación atribuyen a esos mismos valores. Además se pregunta acerca del uso de ciertas prácticas periodísticas que denotan autonomía y se indaga los niveles de resistencia a las presiones que comúnmente se ejercen sobre los editores y periodistas desde diversos ámbitos. Se pregunta también sobre rasgos personales que caracterizan a los editores y periodistas chilenos, y en su última parte la encuesta aborda el tema de la atribución de responsabilidades por las faltas de autonomía e independencia en el periodismo nacional. Con el fin de proveer más que mera información estadística, conocidos los resultados de la encuesta se busca con editores y periodistas explicaciones cualitativas a los hallazgos centrales del estudio empírico.

La investigación deja en evidencia la significativa brecha que existe entre los valores considerados importantes para el periodismo por los editores y periodistas, y aquellos que ellos perciben como los de mayor relevancia para los dueños y directivos de los medios de comunicación. Adicionalmente, el

estudio muestra los altos niveles de adaptación de los editores y periodistas chilenos a las rutinas periodísticas y a las reglas que perciben como impuestas por los medios, con frecuencia en abierta contradicción con los valores que ellos estiman más importantes para el trabajo periodístico. En el contexto de este estudio, se entiende que las rutinas periodísticas han adquirido un carácter de costumbre o práctica con frecuencia viciada por carecer de un razonamiento personal, de un cuestionamiento y de una opción personal por ellas. Los rasgos personales que seleccionan como más característicos de los editores y periodistas chilenos tampoco contribuyen al desarrollo o fortalecimiento de la autonomía y la independencia. Sin embargo, los encuestados demuestran tener conciencia de que sus debilidades, especialmente su conformismo con rutinas periodísticas y su falta de audacia, están atentando contra los valores de la profesión y la calidad del trabajo periodístico.

Muchas de las críticas que los académicos y la opinión pública formulan hacia los periodistas chilenos se validan empíricamente con este estudio. Sintetizando en una sola frase, la investigación revela un bajo nivel de compromiso de los editores y periodistas chilenos con la autonomía y la independencia, atribuido por ellos mismos especialmente a un espíritu conformista y a un grado importante de inseguridad personal de estos profesionales.

Los encuestados conocen y aprecian los valores o principios de acción importantes para el periodismo, pero no asumen el compromiso de defenderlos en la práctica. Esta realidad detectada en el estudio debe interpelar a quienes estamos comprometidos en la educación de los actuales y futuros periodistas. Las falencias del periodismo chileno están mostrando que, más que la especialización técnica y práctica

de los profesionales, se está requiriendo urgentemente la formación de personalidades autónomas y que valoren ser libres y consecuentes. Se necesita educar a individuos capaces y dispuestos a defender y poner en práctica los valores periodísticos y que estén decididos a hacerse personalmente responsables de su trabajo profesional.

LA AUTONOMÍA DEL PERIODISTA COMO ACTITUD DESEABLE Y POSIBLE

Este trabajo parte de la premisa que el periodismo de calidad –aquel capaz de satisfacer el derecho humano a la información³– se define por su condición de inteligente y atractivo. Un periodismo inteligente provee de información veraz, rigurosa y útil sobre materias del ámbito público de relevancia o de interés para el receptor. El que sea atractivo apunta a que denote creatividad y que sus mensajes sean perfectamente comprensibles para su público específico. La creciente complejidad de las sociedades contemporáneas y el flujo incesante de información están haciendo cada vez más necesario un periodismo que contribuya a que el individuo efectivamente conozca y entienda su entorno, que lo ayude a desenvolverse adecuadamente en él y lo motive a comprometerse con el bien común. El periodismo está obligado moralmente –por todas las garantías que reclama– a satisfacer esa necesidad de información universalmente reconocida, y protegida con el derecho a la información formulado en la Declaración de los Derechos Humanos de las Naciones Unidas, de 1948. Asumir como periodistas el deber de satisfacer esa necesidad, y en consecuencia ese derecho, significa contribuir a dignificar a la persona incrementando su capacidad de autodeterminación –su libertad para evaluar, enjuiciar y tomar decisiones informadas– y a la vez contribuir a su inserción

3. DESANTES, J.M. (1988): *El deber profesional de informar*. Lección magistral leída en la apertura del curso 1988-1989. Valencia, España: Fundación Universitaria San Pablo CEU.

Las falencias del periodismo chileno están mostrando que, más que la especialización técnica y práctica de los profesionales, se está requiriendo urgentemente la formación de personalidades autónomas y que valoren ser libres y consecuentes.

La toma de decisiones periodísticas, sobre todo aquellas relativas a la selección y jerarquización de las noticias, comienza a ser traspasada a las fuentes, a los avisadores, al público, quienes no se orientan en criterios periodísticos, sino fundamentalmente en intereses o necesidades personales.

social, todo lo cual debiera redundar en personas más plenas, en mayor bien común y más paz.

El cumplimiento de las exigencias de calidad del periodismo mencionadas aquí requiere del manejo adecuado de las tensiones que necesariamente surgen desde el momento en que el periodista ejerce esta profesión liberal dentro de una empresa periodística, que aparte de buscar influir en el desarrollo social a través del desempeño informativo, quiere y necesita ser rentable.

Que las oportunidades prevelezcan por sobre las dificultades propias de esta tensión entre la libertad del periodista y las aspiraciones del medio periodístico depende en gran medida de la existencia de un proyecto medial que sirva de marco de referencia y que genere un diálogo entre todos, pero que también garantice espacios de autonomía y la independencia que los periodistas requieren para el adecuado ejercicio de su profesión. De esta manera, en vez de generar ruptura, las polaridades debieran engendrar el dinamismo necesario para que el proyecto medial se concrete.

Por lo tanto, si en un contexto renuente a enfrentar situaciones de conflicto se opta por erradicar o eludir las polaridades entre quienes manejan el ámbito empresarial y los periodistas en vez de asumirlas y manejarlas, se despoja al medio de comunicación de una dinámica deseable. En un intento por eliminar esa tensión, y a falta muchas veces de un proyecto referencial y de instancias de diálogo, los editores y periodistas tienden con frecuencia a someterse a las exigencias impuestas por la empresa periodística aún sacrificando exigencias éticas de su profesión y claudicando a sus espacios de autonomía y a su independencia. En estas cir-

cunstancias, editor y periodista se limitan a cumplir órdenes, razón por la cual tampoco asumen una responsabilidad personal por su trabajo.

Para agravar aún más las cosas, esta actitud de resignación dentro de la empresa se comienza a proyectar muy luego también hacia las relaciones que los editores y periodistas establecen fuera del medio de comunicación. La toma de decisiones periodísticas, sobre todo aquellas relativas a la selección y jerarquización de las noticias, comienza a ser traspasada a las fuentes, a los avisadores, al público, quienes no se orientan en criterios periodísticos, sino fundamentalmente en intereses o necesidades personales⁴. Se deteriora así el ejercicio de un periodismo socialmente trascendente, porque se renuncia a la responsabilidad de decidir con independencia y sobre la base de criterios profesionales una pauta orientada a satisfacer las necesidades informativas del individuo y de la comunidad; una pauta que distinga aquello que es importante para muchos de lo que sólo interesa a algunos, y que claramente privilegie lo primero⁵.

Por lo tanto, la recuperación del periodismo como una actividad de importancia para la persona y para la sociedad pasa por que los periodistas asuman una responsabilidad personal por su trabajo, lo cual implica necesariamente recuperar (si es que los han perdido) y hacerse cargo de sus espacios de autonomía y de independencia, tanto dentro del medio de comunicación como en su relación con agentes externos al medio. Sin embargo, no es éste un desafío que los editores y periodistas puedan lograr solos. Implica, además, y por el bien de todos, una disposición de las empresas periodísticas y de la sociedad de permitir, valorar

4. ROZAS, E. (1997): La selección noticiosa, entre la importancia y el interés, *Cuadernos de Información* 12, pp. 20-25. Santiago, Chile: UC.
5. ROZAS, *op. cit.* DE FONTCUBERTA, M. (1999): Pauta y calidad informativa, *Cuadernos de Información* 13, pp. 61-69. Santiago, Chile: UC.
6. PHILLIPS, P. (1998): Self-censorship and the Homogeneity of the Media Elite. En *Censored 1998: The news that didn't make the news*. NY: Seven Stories Press, pp. 141-152.
7. MERRILL, J.C. (1982). *El imperativo de la libertad*. México: Editores Asociados Mexicanos S.A., p. 239. Versión original en inglés (1974): *The Imperative of Freedom: A Philosophy of Journalistic Autonomy*. NY: Hastings House.

8. JOHNSTONE, J. W. C.; SLAWSKI, E. J.; y BOWMAN, W. W. (1976): *The News People: a sociological portrait of American journalists and their work*. University of Illinois Press. MEYER, P. (1983): *Editors, Publishers and Newspaper Ethics*. Informe preparado para American Society of Newspaper Editors, ASNE. WEAVER, D. H. y WILHOIT, G. C. (1986): *The American Journalist: A Portrait of U.S. News People and Their Work*. Bloomington: Indiana University Press. WEAVER, D. H. y WILHOIT, G. C. (1996): *The American Journalist in the 1990s: U.S. News People at the End of an Era*. NJ: LEA.
- BLUMLER, J. y GUREVITCH, M. (1986): *Journalists' Orientations to Political Institutions: The Case of Parliamentary Broadcasting*. En GOLDING, P.; MURDOCH, G.; y SCHLESSINGER, P. (Eds.): *Communicating Politics*, Leicester University Press, Leicester. Citado en CANEL, M.J., y SADABA, T. (1999): La investigación académica sobre las actitudes profesionales de los periodistas. Una descripción del estado de la cuestión, *Comunicación y Sociedad*, Vol XII (2), pp. 9-32, España. PATTERSON, T., y DONSBACH, W. (1996): News decisions: journalists as partisan actors, *Political Communication*, 13, pp. 455-468. Citado en CANEL y SADABA, *op. cit.* CANEL, M.J.; SANCHEZ-ARANDA, J.J. y RODRIGUEZ-ANDRÉS, R. (1999): La influencia de las actitudes profesionales del periodista español en las noticias, *Anàlisi*, 23, pp. 151-170. Citado en CANEL y SADABA, *op. cit.*

y promover la existencia de profesionales autónomos e independientes. *Autonomía* se define aquí como la capacidad y voluntad de los editores y periodistas de desarrollar y hacer uso de su libertad personal al momento de tomar decisiones que beneficien su trabajo periodístico, y asumir una responsabilidad personal por las decisiones tomadas. Por *independencia* se entiende la capacidad y voluntad de resistir presiones o influencias orientadas a persuadir a editores y periodistas a tomar decisiones que impliquen un abandono de los criterios y estándares de la profesión en desmedro del trabajo periodístico.

Las investigaciones en distintas latitudes que buscan las causas de la pérdida de autonomía e independencia de los editores y periodistas se han centrado mayoritariamente en las acciones de los propietarios y ejecutivos de los medios de comunicación y su posible impacto sobre el quehacer periodístico al filtrar las aspiraciones económicas y editoriales a la sala de prensa a través de la cultura corporativa⁶. Las menos se han detenido a considerar a los periodistas como parte del problema, y que por eso también deben ser llamados a asumir un rol activo en su resolución. La consecuencia más seria de esta omisión académica ha sido la difusión de la imagen del periodista como la víctima de un sistema alienante y determinista, y se ha dejado de exigirle la cuota de responsabilidad que le cabe en el resguardo de su propia dignidad y de la trascendencia social de su profesión.

Desde una aproximación filosófica, en vez de empírica, el filósofo de las comunicaciones John Merrill hace un análisis de la pérdida de libertad de los periodistas y de su homogeneización con la

masa dentro de la maquinaria periodística. Pero también los desafía a recuperar la libertad personal, porque asegura que «la autonomía periodística es el valor más alto, y la persona que se somete a un determinismo externo se cede a sí misma, pierde su propia esencia y autenticidad».⁷ Aún reconociendo las dificultades del reto que plantea, subraya que el éxito en esta lucha por la propia libertad es una responsabilidad personal, y que el grado de autonomía que el periodista logra está determinado fundamentalmente por su filosofía personal, sus actitudes y su personalidad.

Que la actitud de autonomía de la que habla Merrill es posible, aunque aparentemente es vocación de minorías, queda de manifiesto en investigaciones (la mayoría norteamericanas) que han procurado describir el perfil de los periodistas.⁸ Esos trabajos han aportado tipificaciones que los clasifican, entre otros, como *neutrales o participativos, difusores o intérpretes, pragmáticos o serviles, pasivos o activos*. Las diferencias radican precisamente en el grado de compromiso personal de los periodistas con el trabajo que realizan, en el uso de su autonomía.

En Chile, el país en que se realiza el presente estudio, no existen investigaciones empíricas como las que se acaban de mencionar. Tampoco se ha hecho algún trabajo previo a éste relacionado estrictamente con la autonomía e independencia de los periodistas. Pero se han ido acumulando algunos proyectos académicos cualitativos y cuantitativos que, a pesar de carecer muchas veces de un acucioso rigor científico, aportan valiosa información sobre los rasgos que caracterizan a los periodistas chilenos.⁹

La consecuencia más seria de esta omisión académica ha sido la difusión de la imagen del periodista como la víctima de un sistema alienante y determinista, y se ha dejado de exigirle la cuota de responsabilidad que le cabe en el resguardo de su propia dignidad y de la trascendencia social de su profesión.

Los estudios muestran un predominio en las salas de prensa del país de los periodistas que corresponderían a aquellos tipificados en los estudios extranjeros como neutrales, pasivos, difusores o serviles.

En reiteradas oportunidades esas descripciones coinciden con las tipificaciones señaladas antes. Vistos en conjunto, los estudios muestran un predominio en las salas de prensa del país de los periodistas que corresponderían a aquellos tipificados en los estudios extranjeros como *neutrales, pasivos, difusores o serviles*. Sin embargo, también dan cuenta, aunque se trata de casos excepcionales, de periodistas del otro tipo: *pragmáticos, participativos, activos*. Todas las investigaciones se refieren además, de una u otra forma, a una persistente percepción de amenaza a la autonomía e independencia de los periodistas chilenos. Sienten que claudican a las presiones de las fuentes (especialmente de las fuentes oficiales), de los avisadores, de los dueños y ejecutivos de los medios en que trabajan.

Por tanto, la falta de libertad personal no es una percepción nueva ni aislada entre los periodistas chilenos. Pero esa percepción se ha mantenido en el terreno de lo especulativo, presumiéndose proporciones que nunca han sido empíricamente medidas. La intención de este proyecto descriptivo, entonces, es en primer lugar poner cifras a esas percepciones. Concretamente, el análisis cuantitativo busca describir la percepción de la valoración de la autonomía e independencia por parte de los medios chilenos (por sus dueños y ejecutivos), la valoración y el uso que hacen de ellas los editores y periodistas, características personales de los editores y periodistas asociadas a la autonomía e independencia y la atribución de responsabilidades por los niveles de autonomía e independencia con que ejercen los periodistas chilenos. En su segunda parte, el estudio aporta una interpretación del origen y consecuencias de los principales resultados de la encuesta aplicada a editores y periodistas.

UN INSTRUMENTO CHILENO PARA PROBLEMAS CHILENOS

Como se dijo antes, la investigación se divide en dos partes: 1) un estudio cuantitativo basado en una encuesta nacional auto administrada para cumplir con los propósitos descriptivos estadísticos del proyecto, y 2) una interpretación cualitativa acerca del origen y proyecciones de los principales resultados de la encuesta basada en la discusión grupal y entrevistas en profundidad con editores y periodistas.

Parte cuantitativa. Para la parte cuantitativa del presente estudio se creó un instrumento *ad hoc*. Tanto la construcción como la aplicación de la encuesta se orientó en el método de Don Dillman.¹⁰ Precedieron a la construcción de la encuesta una serie de discusiones en grupo y entrevistas en profundidad con periodistas y editores, con las cuales se corroboró la pertinencia del estudio, se acotó el tema de la investigación, se aclararon conceptos y se definieron los problemas de mayor relevancia. Las preguntas incluidas en la encuesta tuvieron su origen básicamente en estos encuentros y entrevistas. Se confeccionaron varias versiones sucesivas de la encuesta, cada una de las cuales fue sometida al juicio de académicos, editores y periodistas. Las últimas correcciones se hicieron luego de aplicar el instrumento en un test piloto. La encuesta incluye nueve preguntas demográficas y otras once relacionadas con el tema del estudio, con un total de 101 ítems. Las preguntas abordan el tema de la autonomía e independencia a través de la jerarquización de valores asociados a ellas, el uso de unas determinadas prácticas periodísticas, la disposición a resistir presiones externas, las características personales que definen a los editores y periodistas chilenos y la atribución de responsabilidades por las reconocidas falencias del ejercicio periodístico en este país (*locus de control*).

9. ARRIAGADA, E., y SAAVEDRA, G. (1990): Algunos problemas de información social en los medios del Sur, *Cuadernos de Información* 6, pp. 81-89. Santiago, Chile: UC.

TAGLE, M., y RAMIREZ, P. (1997): *Problemas éticos en el periodismo actual: una mirada desde la acción profesional*. Manuscrito sin publicar.

Escuela de Periodismo, Pontificia Universidad Católica de Chile. GONZÁLEZ, M. (1996): Percepción sobre principios éticos en los diarios regionales chilenos, *Reflexiones Académicas*, 8, pp. 97-111. Santiago, Chile: Universidad Diego

Portales. PELLEGRINI, S. (1999): Medición de la calidad de la prensa en Chile, *Cuadernos de Información* 13, pp. 49-55, Santiago, Chile: UC.

DULLAISANT, P. y LECAROS, M. J. (2001): *Perfil del periodista chileno: Algunas actitudes y prácticas profesionales*. Documento aún sin publicar al momento de la investigación.

10. DILLMAN, D. A. (2000): *Mail and Internet Surveys: The Tailored Design Method*. Toronto, Canada: John Wiley & Sons.

Tabla 1: Número de medios incluidos en el universo y desde los cuales llegaron cuestionarios respondidos

		Periódicos	Revistas informativas	Radios	Televisión	Total
Santiago	Encuestados	12	7	21	6	46
	Respondieron	12	7	12	6	37
Regiones	Encuestados	30	0	73	1	104
	Respondieron	21	0	29	1	51
Total	Encuestados	42	7	94	7	150
	Respondieron	33	7	41	7	88

La encuesta se aplicó a una muestra censal de todos los editores y periodistas chilenos que al momento de la investigación estaban trabajando en prensa escrita (periódicos y revistas informativas), radio o televisión abierta (excluidos los canales de cable) en régimen de jornada completa o media jornada. Se incluyó a 1.713 sujetos de 150 medios de comunicación de todo Chile. A falta de un directorio actualizado y exhaustivo de los editores y periodistas en ejercicio, éste debió confeccionarse también expresamente para la presente investigación.

Una vez listo el cuestionario de la encuesta y confeccionado el directorio lo más completo y actualizado posible, se despachó la encuesta por correo postal a los respectivos lugares de trabajo con la petición de que la contestaran de inmediato y la devolvieran por correo postal sin costo para el encuestado. Siguiendo las recomendaciones de Dillman,¹¹ se hizo un total de cinco contactos con los sujetos de la muestra para maximizar la tasa de respuesta. La completa falta de estudios académicos que hubieran empleado en Chile una encuesta auto administrada aplicada a una muestra censal hacía imposible remitirse a alguna experiencia previa para pensar en una tasa de respuesta esperada. Sólo existían cifras no oficiales entregadas por agencias privadas que a veces hacen encuestas de este tipo con fines comerciales. De acuerdo con esas fuentes, las tasas de respuesta fluctúan entre 3 por ciento y 10 por ciento. Por tratarse en este caso de un trabajo académico hecho bajo el alero de una escuela de periodismo y una universidad de sólido prestigio en Chile (la Pontificia Universidad Católica de Chile), se estimó que ese porcentaje podría aumentar a 25 por ciento.

11. DILLMAN, *op. cit.* |

Por eso, el 33,05 por ciento de respuestas que efectivamente se obtuvo sobrepasó toda expectativa.

Con el fin de resguardar el anonimato de los encuestados, los cuestionarios fueron remitidos aún sellados a una oficina ajena a la escuela de periodismo, donde fueron confeccionadas dos bases de datos independientes, que luego fueron confrontadas para eliminar errores. Para los propósitos descriptivos del estudio se procedió a analizar los datos cuantitativos en busca de la distribución de frecuencias de las variables dependientes e independientes. La variable dependiente que orientó toda la investigación fue la valoración y práctica de la autonomía por parte de los periodistas chilenos. El estudio utilizó esencialmente variables categóricas con escalas de cuatro o cinco alternativas. Además, se analizó las relaciones significativas entre variables demográficas y variables dependientes aplicando el test chi cuadrado.

Parte cualitativa. En su parte cualitativa, el estudio buscó interpretar con editores y periodistas los principales hallazgos del análisis estadístico. La información cualitativa se obtuvo a través de tres grupos de discusión, uno con académicos de la escuela de periodismo de la Universidad Católica, otro con editores de diferentes medios de comunicación y un tercero con periodistas, también representando a los distintos medios. Además, se hicieron cinco entrevistas individuales en profundidad con editores y periodistas de vasta trayectoria. A todos se les plantearon las mismas preguntas abiertas sobre las probables explicaciones y proyecciones de los hallazgos de la encuesta, de manera que luego fuera posible analizar las transcripciones en

busca de tendencias y patrones comunes. Finalmente se discutieron los resultados con una psicóloga y académica de la Universidad Católica experta en investigación de relaciones laborales.

Todos los grupos de discusión y entrevistas individuales en profundidad, previos y posteriores a la encuesta, fueron realizados por la propia investigadora. Esta parte del estudio se apoyó en ciertas técnicas propias de los *focus groups*,¹² aunque sin aplicar rigurosamente el método. En el análisis de las transcripciones de las discusiones en grupo y las entrevistas no se utilizaron técnicas cuantitativas, como el recuento de palabras, sino que se emplearon oraciones como unidades de análisis, además de la codificación y recodificación de las transcripciones de acuerdo con conceptos relevantes y tópicos recurrentes que luego pudieran ser analizados considerando el tema central de este proyecto.

HALLAZGOS EN CIFRAS Y UNA INTERPRETACIÓN DE SUS CAUSAS

• Parte cuantitativa.

Con una muestra de 574 sujetos sobre un universo de 1.713, el estudio tiene un margen de error muestral máximo de 4 por ciento. Debido a que la muestra corresponde al 33,5 por ciento del universo, se debe aplicar el factor de corrección por población finita, con lo cual el margen de error máximo se reduce a 2 por ciento con un intervalo de confianza del 95 por ciento. Por cierto, éste es sólo el margen de error muestral y no se incluye en él ningún error producto de las respuestas que no llegaron.

En este caso fue posible hacer un análisis de representatividad de quienes contestaron el cuestionario comparado con aquellos que no lo respondieron (usando test chi cuadrado). Aunque se desconoce el error producto de las respuestas que no llegaron, el hallazgo de que las características demográficas conocidas de la muestra prácticamente coinciden con las del universo agrega un grado de confianza sobre los resultados. A un nivel de significación de 5 por ciento, muestra y universo son básicamente homogéneos si se considera el cargo de editor o periodista y el tipo de medio en que trabaja (prensa, radio o televisión). Las mujeres estuvieron levemente

sobrerrepresentadas, y sí hubo una diferencia significativa en la distribución geográfica, donde los encuestados del norte de Chile aparecen como subrepresentados. Excluida esta zona, en el resto del país muestra y universo vuelven a ser homogéneos.

La encuesta puso cifras a ciertas características propias de un grueso de los editores y periodistas en Chile: su alta concentración en la región Metropolitana, donde se ubica la capital, Santiago (65%); la significativa proporción de ellos que trabaja en prensa escrita (60%); su juventud (57% tiene 35 años o menos) y su alto nivel de educación (77% tiene título universitario de periodista).

En las primeras dos preguntas la encuesta confrontó a editores y periodistas con una misma lista de doce valores—metas o conductas deseables—tradicionalmente asociados con la práctica periodística y que pueden, de acuerdo a la importancia que se les atribuya, fortalecer o debilitar una actitud de autonomía. En la primera pregunta los encuestados debían

Tabla 2: Datos descriptivos de la muestra (%)

Tipo de medio N=570	Prensa	60
	Radio	22
	Televisión	16
	Otro	3
Alcance del medio N=556	Local	10
	Regional	29
	Nacional	62
Región N=563	Norte	6
	Región Metropolitana	65
	Zona Central	13
	Sur	16
Cargo N=561	Editor	32
	Periodista	68
Sexo N=546	Mujer	40
	Hombre	60
Edad N=544	35 años o menos	62
	36 a 50 años	23
	51 años o más	15
Educación N=555	Algún tipo de educación superior	11
	Educación superior completa	75
	Estudios de posgrado	12
Título universitario de periodista N=540	Sí	78
	No	22

12. DELLI CARPINI, M. X. Y WILLIAMS, B. (1994): The method is the message: focus groups as a method of social, psychological, and political inquiry, *Research in Micropolitics*, 4, pp. 57-85.
- GREENBAUM, T.L. (1987, 1993): *The handbook for focus groups research, revised and expanded edition*. NY: Lexington Books, Macmillan.
- LUNT, P. Y LIVINGSTONE, S. (1996): Rethinking focus groups in media and communication, *Journal of Communication*, 46 (2), pp. 79-98.
- MORGAN, D. L. (1997): *Focus groups as qualitative research* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE.

ordenar jerárquicamente los tres valores que ellos estiman más importantes para el ejercicio del periodismo y los tres valores menos relevantes. En la segunda pregunta se les consultaba por los tres valores que, de acuerdo con su percepción, son los más importantes y los tres valores menos importantes para los medios, es decir, para sus dueños y directivos (Tablas 3 y 4).

De acuerdo con los valores más priorizados en la primera pregunta –*veracidad, pensamiento crítico e independencia*– una mayoría de los editores y periodistas chilenos aprecia significativamente valores de la profesión que abiertamente exigen una actitud de autonomía. Consistentes con sus preferencias, le atribuyen la menor relevancia a valores que podrían limitar la acción del periodista a un mero cumplimiento de mandatos: *obediencia y neutralidad*. Sin embargo, se aprecia en la jerarquización una diferencia de proporciones importante entre los valores ponderados como los más relevantes y la relativa

indiferencia hacia ciertas conductas necesarias para defender aquellos valores más significativos: *iniciativa, creatividad y valentía*.

Los editores y periodistas perciben mayoritariamente a los dueños y directivos de los medios de comunicación interesados en valores muy distintos a los propios. Los encuestados consideran que los medios aspiran a tener profesionales *eficientes, rápidos y obedientes*. Entre los valores que ellos perciben como menos importantes para los medios figuran el *pensamiento crítico* y la *independencia*. Coinciden, sin embargo, en la relativa indiferencia hacia la *iniciativa, creatividad y valentía*, cosa que en el caso de los medios de comunicación vendría a ser consistente con su alta valoración de la *eficiencia, rapidez y obediencia*.

La pregunta que surge inmediatamente frente a la existencia de estas dos jerarquías de valores tan opuestas entre sí es cuál de ellas opera entonces en las salas de prensa. El siguiente conjunto de pregun-

Tabla 3: Resumen de la pregunta 1

De la lista de 12 valores ordenados alfabéticamente, ¿cuáles son los tres valores que en su opinión se deberían idealmente priorizar en el ejercicio del periodismo y cuáles son los tres valores que usted considera menos relevantes? (%)¹³

	Más relevante (1, 2, 3)	Menos relevante (10, 11, 12)	Relativa relevancia
Ánimo conciliador (evitar conflictos personales y con terceros)	2	75	23
Eficiencia (competencia, capacidad)	29	5	66
Independencia (autonomía, libertad personal)	39	6	54
Iniciativa (motivación personal)	18	4	78
Obediencia (cumplimiento de normas y respeto a la autoridad)	1	67	32
Originalidad (creatividad)	24	4	72
Neutralidad (distancia, desapego)	11	41	48
Rapidez (agilidad)	7	23	70
Pensamiento crítico (capacidad de evaluar, ponderar, criticar)	64	4	32
Solidaridad (trabajar por el bien común)	11	20	69
Valentía (audacia, riesgo)	4	35	61
Veracidad (informar con rigurosidad, ser exactos)	86	1	13

13. En las tablas 3 y 4, se destacan las cifras particularmente significativas y que la autora comenta en el texto.

Tabla 4: Pregunta 2

De la misma lista de 12 valores ordenados alfabéticamente, de acuerdo con su percepción, ¿cuáles son los tres valores que de hecho los medios de comunicación en general consideran los más importantes y cuáles los menos importantes para el ejercicio del periodismo? (%)

	Más relevante (1, 2, 3)	Menos relevante (10, 11, 12)	Relativa relevancia
Ánimo conciliador (evitar conflictos personales y con terceros)	22	33	45
Eficiencia (competencia, capacidad)	64	5	31
Independencia (autonomía, libertad personal)	8	40	52
Iniciativa (motivación personal)	13	17	70
Obediencia (cumplimiento de normas y respeto a la autoridad)	43	13	44
Originalidad (creatividad)	10	28	62
Neutralidad (distancia, desapego)	15	24	61
Rapidez (agilidad)	52	4	44
Pensamiento crítico (capacidad de evaluar, ponderar, criticar)	10	38	52
Solidaridad (trabajar por el bien común)	2	41	57
Valentía (audacia, riesgo)	8	30	62
Veracidad (informar con rigurosidad, ser exactos)	45	14	41

tas de la encuesta sobre seis prácticas periodísticas (Tabla 5) apunta a detectar hasta qué punto editores y periodistas adoptan efectivamente una actitud de autonomía y hacen uso de ciertos espacios de autonomía posible en su lugar de trabajo. La misma pregunta formulada de cuatro maneras diferentes recoge información sobre la percepción de la frecuencia con que los medios promueven esas prácticas y la frecuencia con que editores, periodistas y el propio encuestado las emplean.

De acuerdo con las percepciones de los propios editores y periodistas, existe un compromiso muy pobre con todas las prácticas expuestas en la encuesta y que demandan capacidad y voluntad para tomar decisiones propias e iniciativa para actuar. La percepción compartida es también que los periodistas son los menos comprometidos con la ejecución de estas prácticas. El *conformismo* y la institucionalización de las *rutinas periodísticas* se hacen patentes aquí. Estos hallazgos se pueden vincular a la relativa indiferencia

hacia valores como la *iniciativa*, *creatividad* y *valentía*; están en una abierta contradicción con la alta valoración de la *veracidad*, *pensamiento crítico* y la *independencia*, y denotan una voluntad de adaptarse a los requerimientos que ellos perciben como promovidos por los medios: ser *eficientes*, *rápidos* y *obedientes*. Paradójicamente, todas las percepciones experimentan un vuelco cuando se trata de auto evaluarse. En esta situación, la mayoría de los editores y periodistas se ve en efecto realizando esas prácticas *generalmente* o *muchas veces*.

Otra forma de medir el compromiso de los editores y periodistas con los valores que ponderan más alto, especialmente el de la *independencia*, fue preguntarles la frecuencia con que se perciben ofreciendo resistencia a las amenazas que pudieran poner en riesgo esos valores, como, por ejemplo, las presiones ejercidas sobre ellos por distintos agentes. Las siguientes tres preguntas en la encuesta sirven para obtener información sobre la percepción de los en-

Tabla 5: Preguntas 3 a 6

De acuerdo con su percepción, ¿se promueven/realizan en general las siguientes prácticas periodísticas?

a) Tomar decisiones propias respecto del propio trabajo.

	Generalmente / Muchas veces	A veces / Rara vez
Medio	23	77
Editor	52	48
Periodista	33	67
Usted	79	21

b) Desarrollar un sentido de autocrítica hacia el propio trabajo.

	Generalmente / Muchas veces	A veces / Rara vez
Medio	25	75
Editor	32	68
Periodista	27	72
Usted	82	18

c) Proponer temas nuevos para reportear.

	Generalmente / Muchas veces	A veces / Rara vez
Medio	59	41
Editor	51	49
Periodista	43	57
Usted	72	28

d) Buscar un ángulo novedoso a sucesos que se repiten periódicamente.

	Generalmente / Muchas veces	A veces / Rara vez
Medio	49	51
Editor	45	55
Periodista	31	69
Usted	71	29

e) Innovar en las técnicas de reporteo y presentación de las noticias.

	Generalmente / Muchas veces	A veces / Rara vez
Medio	22	78
Editor	23	77
Periodista	15	85
Usted	47	53

f) No conformarse con seguir rutinas periodísticas que impiden innovar en el ejercicio del periodismo.

	Generalmente / Muchas veces	A veces / Rara vez
Medio	23	77
Editor	26	74
Periodista	20	80
Usted	65	35

cuestados acerca de la resistencia que ofrecen los medios (dueños y directivos), editores, periodistas y los propios encuestados a las presiones más frecuentes, que provienen de los avisadores, las fuentes, el rating/ventas y del propio medio (Tabla 6).

La percepción general es que los medios (dueños y directivos) son los menos interesados en resistir presiones. Perciben que la mayor resistencia, tanto de los medios como de los editores y periodistas, se ofrece a las presiones ejercidas por las fuentes. Los editores y periodistas reconocen que su mayor tolerancia es hacia las presiones que ejerce sobre ellos el propio medio en que

trabajan, dando de nuevo cuenta de su adaptabilidad a las condiciones impuestas en el lugar de trabajo. Pero la realidad más amplia es que no existe la percepción de que los editores y periodistas ofrezcan con frecuencia o con cierta regularidad una resistencia a las presiones que se ejercen desde todos los frentes.

Mucho se dijo en las discusiones y entrevistas previas a la encuesta que las debilidades del periodismo chileno se debían en buena parte a ciertas características personales de quienes trabajan en los medios de comunicación. A partir de esas conversaciones se confeccionó la siguiente pregunta planteada por separado para

Tabla 6. Pregunta 7: Resistencia a las presiones

a) De acuerdo con su percepción, ¿en la actualidad los medios periodísticos en general promueven el que editores y periodistas resistan las presiones? (%)			
	Generalmente / Muchas veces	A veces / Rara vez	No hay presiones
De los avisadores	21	74	5
De las fuentes (autoridades, empresariales, etc.)	23	64	3
Del <i>rating</i> /ventas	21	74	5
b) De acuerdo con su percepción, ¿en la actualidad los editores y periodistas en general se resistan a las presiones? (%)			
	Generalmente / Muchas veces	A veces / Rara vez	No hay presiones
De los avisadores	42	55	3
De las fuentes (autoridades, empresariales, etc.)	45	53	2
Del <i>rating</i> /ventas	36	60	4
Del propio medio	25	72	3
c) ¿Usted se resiste a las presiones? (%)			
	Generalmente / Muchas veces	A veces / Rara vez	No hay presiones
De los avisadores	50	29	21
De las fuentes (autoridades, empresariales, etc.)	65	24	11
Del <i>rating</i> /ventas	45	36	19
Del propio medio	42	46	12

editores y periodistas (Tabla 7), en que se confronta al encuestado con una lista de rasgos que contribuyen a fortalecer o bien deteriorar una actitud de autonomía e independencia. Con ellas se obtiene información de los rasgos que se percibe caracterizan a los editores y periodistas de este país.

Una serie de las cualidades personales que allí se presentan se consideran estrechamente asociadas a un editor o periodista que aspira a ser *veraz, crítico e independiente*, como ser *reflexivo, emprendedor, audaz o autocrítico*. Sin embargo, de acuerdo con su propia percepción, estos rasgos no caracterizan esencialmente a los editores y periodistas chilenos. En efecto, lo que menos los caracteriza es su *capacidad para aceptar sus errores* y su *audacia*. La falta de cualidades personales más marcadas atentan en contra de un periodismo veraz, analítico-crítico e independiente, e inhiben la autonomía. Preocupante son también los bajos niveles de *conocimiento sobre lo que informan* que se atribuye especialmente a los periodistas, con lo cual difícilmente se puede aspirar a ser autónomo o independiente.

Con las últimas dos preguntas se pretendió conocer a qué y a quiénes responsabilizan los editores y

periodistas de las debilidades del periodismo chileno y del nivel de conciencia de su propia responsabilidad por las críticas que se formulan hacia los periodistas (Tablas 8 y 9). En las respuestas a estas dos preguntas se expresan percepciones muy negativas hacia todos los factores o personas que se mencionan en ellas. De las respuestas se desprende entonces que los editores y periodistas también están conscientes del impacto negativo que tienen sobre el periodismo sus propias debilidades, como su *conformismo con rutinas periodísticas*, la *falta de autonomía* y el *no asumir riesgos* ni ser *autocrítico*.

El cruce de las variables demográficas con las respuestas al tema del estudio muestra que las percepciones más críticas las formulan los editores y periodistas más *jóvenes*, aquellos que trabajan en *Santiago* y quienes tienen mayores niveles de *educación*. Además, las percepciones de los periodistas son muchas veces significativamente diferentes de las de los editores. En esos casos, la tendencia es que los periodistas sean más críticos que los editores. Este espíritu crítico se hace especialmente patente cuando los periodistas evalúan a sus jefes, cosa que no

Tabla 7. Preguntas 8 y 9

Percepción de características de editores y de periodistas. De acuerdo con su percepción, de esta lista de características personales, ¿cuánto considera usted que cada una de ellas caracteriza en general a los editores/periodistas actualmente? (%)

Características personales	Editores		Periodistas	
	Mucho / Bastante	Algo / Muy poco	Mucho / Bastante	Algo / Muy poco
Tienen una posición propia	52	48	54	47
Son audaces	18	83	27	74
Son emprendedores	31	69	35	65
Son conformistas	53	47	48	52
Se dejan manipular	35	66	35	65
Asumen sus errores	21	79	26	75
Son reflexivos	33	67	29	71
Saben de lo que informan	68	32	59	41
Tienen cultura general	65	35	44	56

Tabla 8: Pregunta 10

De acuerdo con su percepción, ¿cuánto considera usted que están incidiendo *negativamente* los siguientes factores en la labor periodística actual? (%)

Factores	Mucho / Bastante	Algo / Muy poco	No existe
Estructura jerárquica de los medios	65	33	1
Precariedad económica de los medios	80	19	1
Ineficiente administración de los recursos	69	31	1
Bajos sueldos	85	15	0
Falta de tiempo	72	27	2
Conformismo con rutinas periodísticas	82	17	1
Falta de autocrítica de los editores	69	30	1
Falta de autocrítica de los periodistas	70	30	0
Poco espíritu de riesgo de los editores	68	31	1
Poco espíritu de riesgo de los periodistas	62	34	1
Poca autonomía de los editores	65	31	1
Poca autonomía de los periodistas	65	34	1
Una relación editor-periodista conflictiva	35	59	7

ocurre a la inversa. Los editores y periodistas tienden a percibir a estos últimos de manera muy similar. Finalmente, la variable *sexo* demostró ser prácticamente irrelevante en este estudio. El *alcance del medio* (local, regional o nacional) aparece estrechamente asociado a la variable *lugar de trabajo* (Santiago o regiones), porque prácticamente todos los medios de comunicación de alcance nacional se publican en Santiago. En general, la gente de Santiago tiende a ser más crítica que la de regiones. El *tipo de medio* (prensa, radio o televisión) tuvo un impacto significativo sólo en algunas de las preguntas. La tendencia es que las personas con un mayor espíritu crítico trabajen en televisión.

• **Parte cualitativa.**

Tres discusiones grupales y cinco entrevistas en profundidad con académicos, periodistas y editores complementan los datos estadísticos obtenidos a través de la encuesta con información cualitativa acerca de las formas concretas que los hallazgos empíricos adoptan en las salas de prensa, las posibles causas tras esos resultados y los desafíos que ellos plantean a futuro a los periodistas chilenos.

En síntesis, el estudio cuantitativo demostró que los editores y periodistas estiman que la autonomía y la independencia son de mucha importancia para el ejercicio de su profesión, pero también reveló que esos

Tabla 9. Pregunta 11

De acuerdo con su percepción, ¿cuánto considera usted que los siguientes agentes están aportando hoy positivamente al fortalecimiento de los valores que usted consideró más relevantes en la pregunta 1? (%)

Actores	Mucho / Bastante	Algo / Muy poco	No sé
Dueños de los medios	18	77	5
Directivos de los medios	27	71	2
Auspiciadores	6	81	12
Fuentes	29	69	2
Periodistas	58	43	0
Editores	47	53	0
Escuelas de periodismo	33	62	5
Gobierno y la ley	8	90	2
Consejo de Ética de los Medios de Comunicación	12	76	13
Colegio de Periodistas	10	80	10
Público	35	58	7

valores no se practican ni se defienden habitualmente al momento de hacer periodismo. Los resultados más bien demuestran que en la práctica editores y periodistas se adaptan a los valores que ellos perciben que son importantes para los dueños y directivos de los medios (*eficiencia, rapidez, obediencia*). Además, los propios profesionales reconocen que no los definen esencialmente ciertas cualidades personales –como tener un sentido de *auto-crítica, la audacia, ser emprendedores, cultos o reflexivos*–, que se estiman necesarias para defender y poner en práctica aquellos valores que los editores y periodistas jerarquizan como más relevantes para el periodismo: *veracidad, pensamiento crítico e independencia*. Sin embargo, ellos mismos son críticos al momento de evaluar el impacto negativo que tiene sobre el ejercicio del periodismo su propio *conformismo con rutinas periodísticas, la falta de autonomía y el poco espíritu de riesgo*.

De las discusiones grupales y entrevistas se puede concluir que la percepción más compartida es que los valores priorizados en la pregunta 1 responden a un ideal muy lejano a lo que se vive en las salas de prensa en Chile. Coinciden también en que los valores ponderados como menos relevantes, en la práctica son de uso muy frecuente (*espíritu conciliador y obediencia*). Por eso, los editores y periodistas se reconocen más bien cuando miran los resultados de la pregunta 2 y concluyen que «los periodistas

chilenos son como los medios los quieren.» Dicen que idealmente se valora la autonomía, el espíritu crítico y la independencia, porque es eso lo que se les ha enseñado en las escuelas de periodismo. Pero la significativa brecha entre ideal y realidad obedece, según una percepción prácticamente unánime, a una adaptación casi sin resistencia a lo que se percibe como exigencias del medio o bien como rutinas del quehacer periodístico.

Según editores y periodistas, la falta de reproche –tanto desde la sociedad como desde el medio– por realizar un periodismo que carezca de rigor, iniciativa o espíritu crítico facilita esta adaptación. Incluso sienten que el público, los propios colegas y el medio para el que trabajan muchas veces rechazan el trabajo de los periodistas que se salen de la norma y procuran ser creativos y más incisivos. Opinan que se ha consolidado una solidaridad en la mediocridad. En esas circunstancias, no le encuentran sentido a asumir el gran costo económico y laboral que les puede significar ser autónomos (perder el lugar de trabajo en un país en que existen extremadamente pocos medios de comunicación y un exceso de periodistas). Otro motivo de adaptación es, según los profesionales, la falta de conciencia en las salas de prensa de esta contradicción entre los valores ideales del periodismo y aquellos que efectivamente se emplean, porque no existen instancias de reflexión sistemática al interior de los medios de comunica-

ción para evaluar el trabajo que se está realizando y cómo se está haciendo. Un tercer argumento gravitante que explicaría la brecha descubierta es la inseguridad personal de los editores y periodistas, pero que se atribuye en forma importante a la manera de ser del chileno. Sintetizan que «nos da miedo decir lo que pensamos o diferenciarnos de la masa por temor al ridículo y a sentirnos excluidos del grupo. Uno prefiere renunciar a los ideales antes que sentirse rechazado». Ello alimenta el conformismo y el poco espíritu de riesgo, que pasan a ser claves en la adaptación de los profesionales al sistema.

Concluyen los editores y periodistas que el empeño por no deteriorar las relaciones interpersonales y el conformismo generan una falta de crítica –porque ella tiende siempre a ser interpretada como una agresión personal– y también de autocrítica, lo cual impide tomar conciencia de las debilidades y perfeccionar la acción periodística. Esta falta de espíritu crítico, argumentan, se proyecta también a la relación muchas veces acrítica de los editores y periodistas con las fuentes.

En antecedente de los hallazgos de este estudio, los profesionales consideran que para activar un cambio positivo en el periodismo chileno es necesario educar a las nuevas generaciones de periodistas de manera que no sólo conozcan y aprecien los valores de su profesión, sino que también asuman el riesgo de defenderlos y la responsabilidad de ponerlos en práctica considerando la trascendencia social de su profesión. Destacan la necesidad de formar personalidades fuertes y libres, que valoren la crítica y sean capaces de autocriticarse para no interrumpir jamás su proceso de perfeccionamiento profesional. Reconocen que no habrá cambios positivos orientados a una mayor autonomía e independencia de sus profesionales si no se desarrolla y

cultiva también dentro de las salas de prensa un adecuado espíritu crítico y autocrítico. Por eso dicen que debieran generarse en los medios de comunicación instancias de diálogo y de reflexión permanentes para evaluar con asertividad (sin agresiones ni inhibición) el trabajo periodístico y buscar formas de mejorarlo. Básico para ello es también que los medios tengan un claro proyecto periodístico, ojalá por escrito, que sirva de marco de referencia para esa reflexión y evaluación.

LAS TAREAS PENDIENTES

Con los resultados del estudio a la vista, los editores y periodistas plantearon ya algunos de los desafíos que debiera asumir el periodismo chileno. Junto con ellos, los académicos también subrayaron la necesidad de tener estos resultados en mente para formar a los futuros profesionales que este periodismo requiere.

La investigación demostró que los editores y periodistas no han asumido una actitud de suficiente autonomía e independencia, que les permita enfrentar adecuadamente las oportunidades y dificultades del periodismo chileno de hoy, caracterizado por el uso de tecnología de punta, que opera dentro de un sistema de libre mercado y nuevamente en un contexto democrático. Una actitud de dependencia, sumisión y pasividad no contribuye al fortalecimiento de la democracia, y la identidad del periodista corre el serio peligro de destruirse y desaparecer si éste se somete sin más a las condiciones impuestas por el mercado o la tecnología. La falta de autonomía e independencia de los periodistas deja el camino libre a quienes sustentan el poder político y económico, entre otros, para que definan la agenda noticiosa en beneficio propio y en demasiadas oportunidades

La falta de autonomía e independencia de los periodistas deja el camino libre a quienes sustentan el poder político y económico, entre otros, para que definan la agenda noticiosa en beneficio propio y en demasiadas oportunidades sin consideración del bien común o incluso en contra de éste.

Sin una voluntad de hacer uso de la libertad, la alta ponderación atribuida a la veracidad, el pensamiento crítico y la independencia no va a tener un real impacto en el ejercicio y el producto periodísticos.

sin consideración del bien común o incluso en contra de éste. Ello implica que el ideal democrático de satisfacer el derecho humano a la información relevante, tácitamente asumido por los medios de comunicación, está siendo traicionado, y que sus traidores están poniendo en riesgo las garantías de acceso y difusión de la información. Las obligaciones morales ameritan derechos morales, recuerda la Comisión Hutchins (1947).¹⁴ Quien no cumple con el deber, no se hace acreedor del derecho.

Este estudio descriptivo de los periodistas chilenos viene a validar las dudas de Merrill¹⁵ y otros acerca de la utilidad de las leyes que garantizan la libertad de prensa cuando los editores y periodistas no muestran voluntad de hacerse cargo de esa libertad. Más que leyes, la prensa libre necesita de individuos libres. Sin una voluntad de hacer uso de la libertad, la alta ponderación atribuida a la *veracidad*, el *pensamiento crítico* y la *independencia* no va a tener un real impacto en el ejercicio y el producto periodísticos. Además, los editores y periodistas reconocieron que cualidades como el *rigor*, la *creatividad*, la *autocrítica* y el espíritu *emprendedor* no los caracterizan mayormente, mientras que la *inseguridad* y el *conformismo* con *rutinas periodísticas* los definen mucho más.

Todos éstos son signos preocupantes de los profesionales chilenos. Revertirlos depende en buena medida de los propios editores y periodistas. Las salas de prensa chilenas necesitan de la presencia de líderes que se atrevan a ser autónomos, que defiendan y pongan en práctica las conductas que valoran y que sirvan así de modelo para otros. Autonomía, competencia profesional y la capacidad de establecer adecuadamente relaciones con otros debieran ser cualidades claramente reconocibles de un editor y periodista que valora la *veracidad*, el *pensamiento crítico* y la *independencia*.

Sin embargo, también es necesario contar con medios de comunicación y un contexto social que valore a los editores y periodistas libres y sus logros periodísticos. Las experiencias de compensación social y de éxito que puedan exhibir los líderes motivarán a otros más reticentes a seguir su modelo. Contrariamente, si los medios de comunicación rechazan y despiden a estas personas, y si la sociedad las acusa de irreverentes y las considera una amenaza a la estabilidad, va a ser prácticamente imposible que aquellos editores y periodistas más inseguros o que tiendan al conformismo los imiten voluntariamente. La aceptación y promoción de estas personalidades libres y capaces de ejercer un liderazgo positivo son señales de la voluntad de un medio de comunicación de querer ejercer un periodismo libre. También son la prueba del grado de valoración de una sociedad de la libertad de expresión y de su derecho a la información.

Es importante para ambos, los periodistas y la sociedad, aprovechar las oportunidades que el presente le está ofreciendo al periodismo chileno. Los editores y periodistas debieran usar creativamente la alta tecnología a la cual tienen acceso, debieran desarrollar un espíritu emprendedor para manejarse adecuadamente en un contexto de libre mercado en beneficio de su trabajo periodístico, y debieran compartir la responsabilidad de cuidar y fortalecer la nueva democracia chilena.

Esta investigación se ha centrado fuertemente en la porción de responsabilidad que le cabe a los propios editores y periodistas en la manera en que se está ejerciendo el periodismo en este país. Este enfoque responde al interés de este proyecto de contribuir con sus hallazgos al mejoramiento de la formación de los actuales y sobre todo los futuros periodistas. Ello especialmente en los cursos de Ética Periodística, en los cuales se debe enfatizar el deber moral del futuro profesional de asumir su

14. THE COMMISSION ON FREEDOM OF THE PRESS (COMISIÓN HUTCHINS) (1947): *A Free and Responsible Press*, Chicago.

15. MERRILL, *op. cit.*

libertad personal y de hacerse responsable de sus decisiones y actos. Sin embargo, ello no quiere decir que no existan además otras explicaciones para el débil compromiso de los periodistas chilenos con la autonomía y la independencia. Aún hace falta, por ejemplo, investigar rigurosamente el impacto sobre el ejercicio periodístico de las leyes chilenas relacionadas con la acción de la prensa; también el impacto de la propiedad de los medios, su estructura, las políticas empresariales o las culturas corporativas. Todos estos estudios son necesarios para obtener información complementaria que permita ir dibujando el cuadro completo de la realidad del periodismo chileno y muy especialmente para hacer justicia a los editores y periodistas considerándolos en todo el contexto al momento de medir responsabilidades y criticar prácticas. Sería también valioso replicar este estudio en otros contextos para evaluar el posible impacto del factor cultural en este trabajo. Además, sería interesante analizar empíricamente productos periodísticos y luego buscar posibles relaciones con los hallazgos de este estudio.

Por último, considerando el objetivo pedagógico de este trabajo, será especialmente importante diseñar y probar métodos que contribuyan a revertir las debilidades detectadas en la investigación.

Esos métodos necesitan contribuir al desarrollo de un pensamiento crítico y autocrítico, crear la habilidad de argumentar asertivamente, deben inspirar a los alumnos a ser creativos, innovadores y a tomar decisiones propias respecto de sus trabajos.

De acuerdo con los hallazgos de este proyecto, el gran reto para los profesores de Ética Periodística será procurar ir cerrando la brecha que actualmente separa el conocimiento que los periodistas tienen de los valores que son importantes para el ejercicio del periodismo de su consecuencia, su compromiso, con esos valores. Aún así, es importante subrayar que resultados como aquellos detectados en este estudio son en parte inevitables. A lo largo del proceso de aprender a hacer periodismo y efectivamente practicarlo, parte de lo que se aprende también se pierde. Por eso, sería una ilusión aspirar a que se viera replicado en los medios de comunicación todo aquello que se enseña como un ideal en las clases de Ética Periodística. Pero la intención debe subsistir y se deben hacer los mayores esfuerzos posibles por incrementar sustancialmente los porcentajes de editores y periodistas que en Chile sean capaces y tengan la voluntad de actuar con autonomía e independencia no sólo a veces o rara vez, sino *generalmente o mucho* veces.

Aún hace falta, por ejemplo, investigar rigurosamente el impacto sobre el ejercicio periodístico de las leyes chilenas relacionadas con la acción de la prensa; también el impacto de la propiedad de los medios, su estructura, las políticas empresariales o las culturas corporativas.