

## Libertad de los periodistas en los medios

*Por Rafael Otano y Guillermo Sunkel*

### 1. El contexto

Década de paradojas la que ha vivido Chile en estos azarosos años 90. En el campo concreto de los medios masivos de comunicación, el largo proceso hacia la normalización democrática no termina de llegar a puerto. Más bien existen indicadores peligrosamente regresivos: desaparición de diarios y revistas que se distinguieron por su impulso anti-autoritario; concentración económica los medios; debilitamiento de los medios regionales; consolidación en la prensa escrita del duopolio formado por El Mercurio y Copesa; predominio abrumador de unos medios ultraliberales en lo económico e integristas en lo moral, que de ninguna manera responden a la gama completa de ideas y tendencias del conjunto de la población.

Es curioso que un proceso pretendidamente democratizador haya ido mermando la diversidad ideológica y cultural de los medios, respecto a la que existía en los últimos años del régimen militar. De ahí que no pocos periodistas que estuvieron en la oposición en la década de los 80, denuncien con desencanto que en la actualidad no se pueden expresar algunos tipos de informaciones, críticas y puntos de vista. Serían hoy día inconcebibles los reportajes de denuncia sobre las casas de Pinochet en El Melocotón y Lo Curro, de la revista Cauce, o el irreverente relato del equipo Apsi sobre la visita del Papa a Chile.

Se ha impuesto en el establishment mediático el concepto radicalmente antiliberal de lo "periodísticamente correcto": apelando a los problemas de una situación pretendidamente compleja, se consideran, de hecho, algunos temas como tabú. Se trata, en último término, de sacrificar pedazos significativos de la realidad y del pensamiento, con el fin de evitar posibles confrontaciones. El que atente contra esta norma implícita es un imprudente que, por "darse sus gustitos", pone en jaque la sagrada estabilidad del proceso.

Desde esta perspectiva, nacen algunos interrogantes: ¿Por qué luego de la victoria de Patricio Aylwin y durante el proceso de transición democrática no se han cumplido las expectativas de un periodismo más libre y plural, con la inclusión en la agenda temática de numerosas asignaturas pendientes y urgentes? ¿Por qué - a diferencia de lo que ocurrió en los años finales del gobierno militar donde se logró una relativa "apertura informativa" - el periodismo chileno de los años 90 se caracteriza por su uniformidad, su ausencia de crítica y su subordinación frente a la autoridad? ¿A que obedece esta diferencia tan notoria con lo ocurrido en otros procesos de transición democrática - piénsese por ejemplo en España y Argentina - donde la prensa se transformó en un temible vigilante de aquel difícil proceso?

La respuesta más formal a estas inquietudes pondría el acento en el restrictivo marco jurídico que aún constriñe al periodismo chileno. El cambio de régimen que se produjo a comienzos de los 90 implicó de hecho la derogación de un conjunto de normas jurídicas que limitaban severamente la libertad de expresión durante el gobierno militar. Pero no se generó un marco jurídico que garantizara la plena vigencia de la libertad de expresión, subsistiendo en la actualidad un conjunto de normas que limitan este derecho más allá de lo razonable en un sistema democrático. Entre estas podemos mencionar las Leyes de Desacato que son utilizadas cuando se afecta el prestigio de autoridades e instituciones públicas; el uso y abuso de la prohibición de informar en algunas investigaciones judiciales; y el delito de injuria y calumnia.<sup>[2]</sup>

Sin embargo, no es la clave legal la única, ni quizás en este momento la más determinante, para explicar la uniformidad y las omisiones sistemáticas de agenda en el ejercicio diario de los informadores. La hipótesis que en este artículo se defiende es que **la frustración que a lo largo de la década se ha acumulado por la falta de un periodismo más libre y plural, se**

encuentra asociada a la prevalencia de una debilitada cultura profesional de los periodistas, en la que se pueden distinguir los siguientes aspectos problemáticos:

- Ante todo, existe en el periodismo chileno de los últimos años una ruptura con el propio pasado. La historia de antiguos medios prestigiosos y de profesionales ilustres no opera más que de modo excepcional como savia al presente. Esto es más dramático aún en las nuevas generaciones, que salen con una sensación de orfandad y de empezar su oficio prácticamente desde cero.
- A esta situación se une la fuerte desprotección sindical y gremial en que se encuentran los profesionales de los medios. Víctimas del individualismo que les circunda, les cuesta mucho acudir a instancias asociativas para responder conjuntamente a los graves problemas que su colectivo afronta.
- Es responsabilidad, al menos parcial, de las Escuelas de Periodismo la falta de asertividad profesional con que egresan sus alumnos. Por encima de las habilidades instrumentales, no se percibe en muchos de los titulados una conciencia de su dignidad social como periodistas, que los libere de las manipulaciones y las tentaciones de los distintos poderes.
- La herencia de la época de la dictadura y las malas secuelas de muchos falsos consensos de la transición, han producido una imagen casi caricaturesca del reportero. Considerado muchas veces como un mero instrumento de su medio, es normal que esta función casi mecánica le produzca pérdida de autoestima e incapacidad creciente de iniciativa.
- A todo este cuadro liminar, hay que añadir la saturación del mercado, como consecuencia de la explosión de Escuelas de Periodismo en los años 80. La dificultad de conseguir trabajo en estas circunstancias, hace que los aspirantes se muestren en general complacientes con sus eventuales empleadores y que tengan un gran temor por perder su puesto laboral. Malas condiciones para ejercer la imaginación y la autonomía.

Estos nocivos elementos de la actual cultura periodística chilena promueven la internalización de una suerte de sentido común profesional altamente esterilizante. Se traduce, en efecto, en la sumisión a la jerarquía de la empresa mediática (al editor, al director, a veces al propietario), en la funcionarización (y consiguiente burocratización) de las labores periodísticas y en la facilidad para ceder a las presiones de dentro y fuera del propio medio de comunicación.

## 2. Prácticas periodísticas

La cultura periodística de que hablamos, no se adquiere sólo en la Universidad. El periodismo se termina de aprender en el ambiente de trabajo de los propios medios de comunicación. En este sentido, hay que destacar que cada medio posee su "ethos" (una filosofía, una línea editorial, un estilo de conducción), que establece lo que es periodísticamente posible y recomendable.

En un estudio clásico de 1955 sobre el control social en las redacciones, el investigador norteamericano Warren Breed (de 1955) se preguntaba ¿Cómo se mantiene una política informativa en una sala de redacción? Y el autor respondía: "El recién llegado, que por lo general no ha sido escogido por sus ideas ni preferencias, llega a la sala de redacción y trata de adaptarse y ver su trabajo reconocido. Si trabaja deprisa y bien se ganará el puesto y progresará en su carrera. Deprisa quiere decir también con seguridad y exactitud, de modo que otro no tenga que rehacer lo que el ha hecho. Bien significa como lo hubiera hecho su superior o como al superior le gusta que se haga. De algún modo pesan en el ambiente las directrices y las manías del director.. pero la conformidad con todo ello no es automática.. La conformidad no es automática y, sin embargo, la 'socialización' del periodista con las normas del trabajo se produce. Probablemente nadie le ha explicado al redactor que política se sigue. El periódico no tiene cursos de preparación. A veces hay un libro de instrucciones, pero se reduce al estilo.. Lo que hace el redactor es aprender a anticipar lo que se espera de

el, a 'interiorizar' los derechos y obligaciones de su estatus, a conseguir premios y a evitar castigos. Algunas iniciativas de la dirección y de los redactores más antiguos sirven también de guía. Un gesto, un comentario oblicuo o marginal resultan orientadores. Hay además cosas que se publican y otras que no se publican. Los redactores hablan de sus jefes y así se orientan respecto a preferencias, intereses, afiliaciones. También resultan orientadoras las maneras de dar instrucciones sobre el modo de tratar una información"[3]

Lo señalado anteriormente ocurre en todas partes del mundo. Lo que nos interesa es indagar en la singularidad chilena. Más concretamente: queremos analizar cómo la actual cultura periodística nacional tiende a pervertir ciertas prácticas constitutivas del trabajo periodístico.[4]

Examinemos algunas de esas prácticas y sus versiones nacionales.[5]

## 2.1 La reunión de pauta

La reunión de pauta es un momento privilegiado del quehacer periodístico. Se supone que es la instancia suprema para la revisión de la agenda, la propuesta de temas, la selección de personajes, la búsqueda de nuevos aspectos de la noticia. Se trataría, entonces, de una instancia eminentemente creativa.

¿Qué implica la instalación de "lo periodísticamente correcto", tal como antes lo hemos definido, en la reunión de pauta? Básicamente, produce la **inhibición de la capacidad propositiva de los periodistas**, con lo cual una serie de temas - relacionados con los militares, con cuestiones valóricas, con el modelo económico y el mundo empresarial - comienzan a evitarse por ser considerados como inútiles, peligrosos, generadores de conflictos.

Esta actitud que lleva a evitar la inclusión de ciertos temas en la agenda va generando en los periodistas "una especie como de gran celo por resguardarse antes", por protegerse para evitar problemas.[6] La consecuencia más inmediata de esto es el empobrecimiento de la reunión de pauta.

Al respecto, algunos de los periodistas entrevistados señalan: "Yo creo que la participación de los periodistas es bastante precaria. Las reuniones de pauta son cada vez más pobres, donde haya discusión, debate, intercambio de información de los periodistas de un mismo medio. Está todo como cocinado, diría yo". O bien: "Existe mucho la cuestión de decir: oye, hagamos esta cuestión.. no, sabís que no perdamos el tiempo, jamás lo van a aprobar". Con lo cual también se va inhibiendo la creatividad.

Por otro lado, la inhibición de la capacidad propositiva está asociada a la determinación que ejercen ciertas fuentes informativas especialmente influyentes (gobierno, organizaciones internacionales, poderes fácticos) en los temas de la pauta. Se corre así el riesgo de caer en el oficialismo, ya que quienes hablan de los asuntos, son quienes tienen cargos, quienes detentan autoridad.

En este sentido, uno de los periodistas entrevistados precisa que existe "una docilidad respecto al tema de las fuentes. Hay un oficialismo, en el sentido de que quienes deben hablar de los temas son quienes tienen cargo, quienes tienen autoridad, que hace que hagamos un periodismo en el que los partidos políticos, los dirigentes gremiales, etc. son los que pautan. La pauta es muy predecible, y la pauta está hecha por el poder". O bien: "en el sistema nuestro existe una gran determinación de las fuentes. Fuentes informativas que representan poderes reales, que están instituidas en el país, y otras fuentes informativas que son poderes fácticos. Por ejemplo, el gobierno es un poder real, y el gobierno quiere introducir temas en la agenda y de hecho lo hace.. El sector privado también, a través de la clase empresarial, interviene en la agenda noticiosa. No siempre están en concordancia los intereses de los públicos que siguen determinados medios con los intereses que persiguen las fuentes informativas".

En este sentido, destaca también la aceptación por parte de los diversos medios de comunicación de la pauta informativa elaborada por las agencias UPI y ORBE. Al respecto, uno de los periodistas entrevistados acota: "Ese es un elemento que todos los medios tienen en cuenta: sé pautean por UPI y por ORBE. Entonces, las fuentes, como están interesadas que les cubran determinados hechos, se comunican con la UPI o con la ORBE. Por ejemplo, hay un seminario sobre medicina alternativa que da la UC, y quieren presentarlo para que la gente se incorpore, entonces los tipos elaboran un paper, lo envían a la agencia para que lo publique, y los periodistas concurren y los atienden, y se crea una instancia noticiosa con ese hecho". Por último, la timidez propositiva también aparece asociada a la complicidad de los jefes (editores, directores) con las autoridades que están en los frentes de la noticia. En la medida que el nuevo poder es más cercano, casi familiar, se hace difícil tocar temas críticos. Comienzan a operar las lealtades y los compadrazgos.

## 2.2 El periodismo en piño

Otra práctica significativa es lo que algunos periodistas han denominado "periodismo en piño". Este parte de la arraigada costumbre de hacer de los frentes noticiosos estables la columna vertebral de la pauta de los medios. Los frentes se domicilian en el ejecutivo, en la policía, en tribunales, en los partidos políticos. y su abusivo protagonismo ha traído como consecuencia la **uniformidad** en los contenidos de los informativos, tanto en los medios audiovisuales como en la prensa escrita.

Al respecto, uno de los periodistas entrevistados comenta: "Cuando me preguntan.. ¿Se ponen de acuerdo los canales de televisión? No, no se ponen de acuerdo, lo que pasa es que hay ciertos criterios que se han internalizado en los periodistas y en los editores que llevan a esta situación que yo llamo "periodismo en piño", que tiene mucho que ver con la influencia norteamericana, que las noticias son valoradas de acuerdo al efecto que pueden tener en la opinión pública, más que por la necesidad de informar acerca de un hecho que le sirva a la opinión pública".

El uso de frentes noticiosos estables es una práctica utilizada en muchos países. La perversión en el nuestro consiste en el **uso abusivo de los frentes**, lo cual incita a quienes lo practican a convidarse por ejemplo las cuñas y a intercambiar datos y antecedentes. Se trata de una perversión profesional por la cual los informadores, en lugar de competir, negocian entre ellos. Es decir: **se sustituye una relación de competencia por una de cooperación**. El periodista de un frente ya no puede golpear porque esto sería traicionar la lealtad de sus colegas. Los periodistas que se salen de lo pactado, que buscan lo exclusivo, pasan a ser problemáticos.

Al respecto, uno de los periodistas entrevistados comenta: "ese "periodismo en piño" ha desarrollado una actitud entre los periodistas en que nos convidamos la información, nos convidamos las cuñas, nos traspasamos datos y antecedentes, y al final todos terminamos hablando de lo mismo y diciendo lo mismo". O bien: "No hay nada más estimulante para un periodista que golpear. Tienes la noticia, la reportaste, la viste. Y los frentes atentan contra eso, porque la persona que hace eso consistentemente pasa a ser una persona poco confiable, porque no comparte el cuento".

Por último, el "periodismo en piño" también puede ser interpretado como una forma de disciplinar a los periodistas. En la medida que existe complicidad e interlocución entre los jefes (editores, directores) y las autoridades que están en los frentes de la noticia las lealtades de editores y directores pasan a ser dudosas. Estos ya no tienen una lealtad exclusiva con los periodistas lo cual puede operar, en ciertos casos, como un mecanismo de disciplinamiento.

## 2.3 La conferencia de prensa

La conferencia de prensa es otra práctica habitual en la producción informativa. Se puede decir que es el arte de seducir a los periodistas por parte de quienes intentan introducir

alguna información en la pauta noticiosa de un medio. Los organizadores pueden ser representantes del gobierno, de una empresa, de una organización social o política, de un equipo deportivo. En la conferencia de prensa el periodista no produce la noticia, se le entrega hecha y con la peligrosa impronta de una verdad pulida y oficial.

La conferencia de prensa es un mecanismo utilizado en todos los países. La perversión en el nuestro consiste en que **la información recibida se suele aceptar sin mayor investigación, sin búsqueda de fuentes alternativas, sin reconsideración de los hechos.** Si el periodismo libre implica la lucha contra la verdad oficial, la perversión aquí consiste en aceptar una verdad prefabricada, puesto esto supone que la construcción de la realidad queda en manos de los poderosos.

Esta práctica propia de un periodismo oficialista y altamente pasivo tiene, como uno de sus efectos más perversos, el que los colectivos y organizaciones que no tienen capacidad de montar estos actos quedan marginados y su versión de la realidad muchas veces es silenciada o incluso distorsionada porque es vista a través del discurso de otros. Al respecto, uno de los periodistas entrevistados señala: "Yo diría que hay una censura por omisión. Hay cosas que, por ejemplo, no se cubren, no se publican, no se hablan de ellas.. Por ejemplo, los mapuches tienen muy pocas posibilidades de hablar en los medios de comunicación. Pero sí habla el Intendente, habla el Ministro del Interior, el subsecretario, los empresarios de la Mininco, los madereros de la Sofofa, que se refieren ¡cómo es posible que haya tanta rebeldía y nadie controla a estos indios! ¿Té fijas? O sea, hay una censura en el sentido de no permitirle a los protagonistas, a los causantes, a los que son el centro de la noticia, a que se expresen, a que puedan debatir sus puntos de vista. Eso es muy potente hoy día, se refleja con mucha claridad."

La censura por omisión implica el **veto a ciertos actores.** En particular, ella afecta a las minorías étnicas, sexuales y a ciertas minorías políticas.

#### 2.4 El off the record y el secreto de fuente

Otras prácticas habituales en el periodismo moderno son el off the record y el secreto de fuente. A pesar de que en Chile no se hace la distinción, es importante diferenciar claramente estos dos conceptos. El **off the record** supone que no se puede dar a conocer la información que entrega una fuente. Al periodista solo le es permitido utilizarla como background para entender ciertos hechos. Por su parte, el **secreto de fuente** implica que se puede dar a conocer la información, pero sin citar la procedencia. Como hemos dicho, en la jerga de los periodistas chilenos no se distingue bien entre estas dos prácticas y se denomina muchas veces como off the record lo que en realidad es secreto de fuente.

Ambas prácticas son utilizadas en diversos países. La perversión en nuestro periodismo local es **aceptar como una práctica natural y habitual el secreto de fuente.** En la medida que este significa "no digas que lo he dicho yo", se formenta la impunidad. La fuente no se hace responsable por lo que dice con lo cual también se está generando inseguridad en lo que el periodista dice o informa.

Existen diversas razones que explican la extensión del secreto de fuente en nuestra sociedad. Una de ellas es el miedo a dar opiniones. No es del caso entrar a examinar las razones de este miedo. El punto es que la fuente siente que lo que dice se lo van a cobrar y prefiere que el costo lo pague otro. Otra razón es el cálculo. La fuente siente que no le conviene aparecer diciendo su opinión, porque podría afectarle en sus intereses o en su carrera. Son ambos - el miedo y el cálculo - expresiones de una sociedad muy desconfiada y cuyos miembros, por tanto, no quieren dar la cara responsabilizándose de sus informaciones y opiniones.

#### 2.5 La autocensura

Finalmente, hay que destacar el desarrollo de un régimen de autocensura. En este punto, es importante distinguir entre dos conceptos. La **autoregulación** implica limitaciones en nombre de la propia conciencia o ética profesional del periodista, lo cual es totalmente legítimo. Por su parte, la **autocensura** implica la internalización de limitaciones en nombre de poderes externos.

La autorregulación es una práctica extendida en muchos países del mundo, especialmente en aquellos que gozan de un periodismo más saludable. La perversión en nuestro país está en **confundir con frecuencia la autoregulación con la autocensura, considerando el ejercicio de esta última como una actitud natural y no reprochable**. La autocensura supone un engaño a la propia conciencia, porque implica considerar ciertas presiones externas como si hubiesen sido libremente escogidas.

La autocensura tiene mucho que ver con el consenso generalizado y con el deseo de no molestar a nadie. El periodista se autocensura porque lesionar ciertos intereses o afectar algunas susceptibilidades le puede resultar muy caro. Si un inocente chiste sobre el Papa, contado por el humorista Palta Meléndez en el Festival de Viña, produjo la ira pública del obispo de Valparaíso y del propietario de Megavisión, y si un simple garabato en pantalla del poeta y showman Mauricio Redolés le apartó de la televisión indefinidamente, es explicable que los profesionales se lo piensen bien antes de difundir informaciones o expresar ideas que puedan ofender a algunos poderes del país que tiene la piel demasiado fina.

En las palabras de uno de los periodistas entrevistados: "la autocensura es la que aplicamos todos en mayor o menor intensidad. Una, porque lo que estamos reportando en algún momento determinado, en algún aspecto puede afectar a los dueños del medio; dos, porque puede afectar a los auspiciadores del medio, o porque puede afectar a cualquiera que tenga que ver conmigo, porque le puede hacer daño".

### 3. Las presiones externas

De todo lo señalado se desprende que el poder muchas veces no tiene necesidad de ejercer presión: la autocensura es suficiente. De hecho, la toma de decisiones en los medios muchas veces no está afectada por presiones. Estas se toman espontáneamente para evitar riesgos y problemas.

Pero las presiones externas existen y esto es algo normal en cualquier régimen democrático. El problema en nuestro país reside en la **escasa capacidad de negociación de los periodistas frente a los poderes externos, lo cual es un indicio de la debilidad de su cultura profesional**.

Las presiones se originan desde tres áreas: desde la cosa pública (política), desde el dinero (economía) y desde los valores (cultura). En cada una de estas áreas determinados agentes buscan incidir en la conformación de la agenda, colocando sus intereses, promoviendo o desincentivando temas.

Para referirnos a este aspecto es interesante considerar la noción de **preagenda**. Un estudio sobre el estado de la comunicación en España señala que "existen valores de preagenda regulados por las leyes que establecen las reglas del juego de los medios a través de criterios convenidos que afectan a su conjunto. Pero es otro tipo de preagenda la que adquiere un relieve preponderante, que hace referencia a los intereses que tácita o expresamente trascienden del emisor y su entorno al discurso de los medios. La preagenda estaba definida, en los períodos de matriz ideológica, fundamentalmente por los vectores de orientación política. La transformación de los objetivos empresariales del sector de la comunicación y de los medios, así como el desarrollo de un modelo en el que priman las reglas del mercado, esto es, de matriz mercantil, cambia necesariamente el valor de la preagenda, a la vez que su ámbito se hace mucho más amplio y determinante.. La preagenda es, pues, un espacio definido por el emisor que fija líneas de interés preferente y territorios vedados. Dicho de otro modo, es la sumisión del derecho a la información, como valor de matriz ideológica, a

una modalidad privatizada de la libertad de la libertad de expresión, de matriz mercantil, sujeta, por tanto, a finalidades e intereses ajenos al referente público en el que se inspira la propia concepción democrática de la libertad de expresión".[7]

En el Chile de los años 90 la matriz mercantil definitivamente ha adquirido un carácter hegemónico. Sin embargo, los intereses de orientación política propios de matriz ideológica no se encuentran enteramente subordinados. Por el contrario, en el período de transición democrática estos factores de orientación ideológica también han sido determinantes del contenido de los medios.

### 3.1 Las presiones políticas

En el ámbito político destacan las presiones que ejercen dos tipos de agentes: el gobierno a través de sus distintos órganos y los partidos políticos. En este caso, las presiones son directas y fuertes. Los modos de presión más comunes son el veto, el telefonazo, o la mala fama que se le crea a un periodista ante el editor. El mundo político no suele obrar con mucha sutileza porque se siente curiosamente legitimado en sus protestas contra los medios.

Interesa mencionar un par de ejemplos del tipo de presiones que se han ejercido desde el gobierno en el período de transición democrática. Un ejemplo típico es la presión ejercida para impedir la transmisión de un reportaje sobre el 11 de septiembre. Uno de los periodistas entrevistados que colaboró en la realización del programa cuenta el trasfondo que llevó a postergar el reportaje y se refiere al debate que mantuvo con el director del canal. El señala: "Yo le dije, 'mira, ¿sabes por qué es censura?.. pues efectivamente cada director define qué va y que no va.. Yo le dije, 'mira yo creo que esto es censura porque la decisión que tu tomaste no está basada solamente en tu criterio, sino que la decisión obedece a presiones externas que sobrepasan tu ejercicio como director del canal. Por eso es censura, porque no es una decisión tomada libremente, sino que te presionaron, y te presionaron políticamente para decidir. Y yo tenía un as bajo la manga, que era que yo efectivamente supe que se levantaba esta video-cabina antes que lo anunciaran, y lo supe a partir de una reunión que tuvo el director del medio con el general Ballerino o alguien del Consejo Asesor de la Comandancia en Jefe. Y me lo contó". Este episodio se produce en el contexto del "boinazo".

En la misma línea se puede citar la entrevista a Michael Townley. La siguiente crónica da cuenta del contexto en que se produce este evento. "Dentro de las peripecias de las relaciones cívico-militares, el Presidente se abrió otro flanco paralelo de lucha: esta vez se topó con TVN. El gobierno ya había mostrado una actitud muy discutida al pedir la postergación de dos reportajes de "El Mirador" - sobre el 11 de septiembre y sobre la objeción de conciencia de los jóvenes españoles -. Entonces la razón aducida fue el espeso clima de confrontación con los uniformados. Pero el día 2 de agosto, víspera del anuncio por el mandatario de la llamada Ley Aylwin, el incidente resultó mucho peor. Un reportaje de "Informe Especial" publicitado a bombo y platillo por sus autores para el 5 de agosto, fue en los hechos vetado por el Presidente, bajo la forma del ejercicio de su "derecho a petición". Se trataba de una larga entrevista de dos horas con Michael Townley y fue Patricio Rojas el que pasó el soplo a Aylwin y el que le comunicó lo peligroso que sería emitirla 48 horas después de la intervención televisiva a favor de una ley que pretendía serenar los ánimos.. Correa desapareció durante diez días de Palacio.. Correa volvió a La Moneda el día 16, cuando la entrevista con Townley fue transmitida en medio de una gran expectación de todo el país. Este paréntesis le sirvió para quedar limpio en la trifulca que causó la torpe petición presidencial. Porque después de la suspensión del programa ordenada por el directorio de TVN (que lo hizo en dos ocasiones, el 3 y 5 de agosto), se armó un coro de protestas y de expresiones de desagrado. El entrevistador Marcelo Araya señaló que era inconveniente una petición de esta naturaleza. La Cámara de Diputados citó al directorio de TVN; el Sindicato 3 de periodistas pidió reconsiderar la medida; el Colegio de Periodistas expresó su desacuerdo. Mientras tanto, Jorge Navarrete, director general del canal, negó, contra toda evidencia, que hubiese habido presiones. Andrés Zaldivar afirmaba que 'la petición del Presidente no era censura' y lo mismo decía Gabriel Valdés: 'No hay censura, sólo una petición'. De todos

modos, fue una petición muy eficaz.. Luego vino el cuestionamiento del equipo de 'Informe Especial': revisión de contratos, despido del editor Patricio Caldichoury.". [8]

Bastan estos ejemplos para dar cuenta del tipo de presiones políticas provenientes del gobierno a que han estado afectos los medios en el proceso de transición democrática. Interesa ahora mencionar algunos ejemplos del tipo de presiones que se ejercen desde los partidos políticos. En este sentido, cabe destacar que entre periodistas y políticos se dan relaciones de amor-odio. Las relaciones periodistas-políticos se vuelven especialmente complejas durante las campañas electorales. Entonces las presiones suben de tono con quejas continuas, amenazas verbales y a veces con increpaciones directas. Las susceptibilidades habituales se agudizan y cada bando considera que existen ventajas para el adversario. Se piensa en conspiraciones y en jugadas sucias.

Uno de los periodistas entrevistados señala: "Si el periodista que cubre un partido o un comando no gusta: llaman al editor o al director para que "aprieten al periodista"; le sacan la información y se la dan a otro; directamente lo declaran vetado".

En estos momentos los partidos y grupos fácticos "emplean a los medios para "operar". Medios como radio Cooperativa se hacen claramente parte de la campaña, como ocurrió en las primarias a favor de Zaldívar. La situación se hace a veces tan pesada que medios, como La Tercera, durante las primarias optó por dividir la información de la campaña en dos mitades exactamente iguales. Y es que los comandos todos los días miden el centimetraje y protestan cuando se siente perjudicados. Lo mismo hacen con los medios audiovisuales respecto al espacio de tiempo en pantalla.

Los partidos políticos son las entidades comunicacionalmente más hiperestésicas, se suelen mostrar más irritables aún que los organismos de gobierno. Existe, de todas formas la convicción entre las autoridades de los medios que en la confrontación periodista-político, es éste el que, a la larga, tiene todas las de perder.

En este punto surge la pregunta: ¿Cómo manejan los periodistas este tipo de presiones? A pesar de que en general la obediencia a la línea editorial y a los deseos expresos o tácitos de los jefes es muy alta en todos los medios de comunicación, una visión que surge de nuestros entrevistados es que los buenos periodistas pueden manejar las presiones. Por una parte, pueden eludir una pauta, alegando diversas excusas tales como: no he encontrado a la gente; o pueden torcer sutilmente la intención con que el editor ha encargado una nota o reportaje. Él "pégale duro" a veces implícito se puede modificar si el periodista está muy bien informado y este maneja con astucia sus datos; o bien, el periodista hábil puede subir o bajar un tema en la tabla y puede darle una mayor o menor jerarquía a un tema según lo considere.

En este sentido, hay que tener en cuenta que el buen profesional no solo recibe presiones, sino que es capaz de ejercerlas sobre sus superiores jerárquicos gracias a su preparación y a su dominio de un tema o área.

### **3.2 Las presiones económicas**

En el ámbito económico destacan las presiones que ejercen dos tipos de agentes: los avisadores y la clase empresarial. La presión económica es más invisible que las que ejercen los actores políticos. Y desde luego, a corto y largo plazo, mucho más eficaz. Existen diversas formas de presión. Una primera se hace presente a través de la expectativa implícita de silencio o de especial cuidado, por parte de los que invierten publicitariamente en los medios. El poder de presión recae aquí en que un reportaje o una simple nota que incomode a una empresa que avisa en un medio, puede ser razón suficiente para que sus ejecutivos cancelen un sustancioso contrato. Al respecto, uno de los periodistas entrevistados señala: "Yo diría que los auspiciadores, en general, las agencias de publicidad, son bastante conservadoras.. Dicen "mire, nosotros ponemos plata pero no queremos aparecer". Esa es una manera, digamos, de presión. O sea, los tipos no quieren correr riesgos, pero al mismo tiempo te presionan ya sea, si tú le vas a pedir un auspicio a una

industria o a una empresa de servicios, y los tipos te ofrecen dinero pero no quieren que tú los nombres, te inhibe después para seguir buscando su colaboración.". Y otro agrega: "se hizo un reportaje sobre el grupo Saieh. Yo era gerente comercial, y habíamos conseguido un par de avisos del grupo Saieh. Y producto de una información en que denuncian al grupo Saieh y sus movidas, nos quitaron el aviso, cerraron el contrato". En este contexto el tema de la Coca-cola es significativo. En Bélgica, la Coca-cola estuvo recientemente cuestionada por contener elementos contaminantes que se usaron para fumigar la madera de los cajones y esos contaminantes pasaron a la bebida. En Europa el tema se debatió ampliamente en todos los medios. Pero acá hubo mucha cautela, porque la Coca-cola auspicia muchos programas y si le retira a un medio un auspicio de muchos millones puede significar que su contabilidad quede en números rojos. Por eso, en Chile más bien se ha dejado hablar sobre e ha dejado hablar a los ejecutivos de la empresa para América Latina.

Es preciso tener en cuenta que hay empresas de tal poder de avisaje que ejercen una presión tácita, no expresa. Todos en el medio "saben" a que atenerse. Por ejemplo la CCU, gran avisador en los eventos deportivos, produce en los reporteros de esta área una influencia innegable. Por ello, sé tendera a cubrir espectáculos o eventos patrocinados por esta empresa.

En segundo lugar, los avisadores intentan a veces evitar un reportaje o bajarle el perfil cuando les incomoda o, a la inversa, poner en tabla algún asunto o evento que les conviene. Los propietarios y directores de los medios son muy sensibles a este tipo de presiones y obligan a no informar o a no investigar sobre determinados temas que afectan a avisadores.

Uno de los periodistas entrevistados da los siguientes ejemplos: "se hizo un reportaje a partir de un informe de la Universidad Austral sobre algo con la leche, creo que la leche tenía residuos de pesticidas, y eso no salió. Y también por decisión, por presiones directas de empresas lecheras importantes que hacían publicidad". Y en relación al tema del medio ambiente: Y en relación al tema del medio ambiente. "A veces se producen irregularidades de construcción de una gran obra, porque previamente no se ha realizado el estudio de impacto ambiental para la Conama. Las irregularidades de la construcción es otro punto conflictivo con los avisadores y los empresarios".

Una tercera de presión muy extendida es la que se ejerce a través de los beneficios: por medio de viajes, giras, regalos que ciertas empresas hacen a los periodistas. Estas son maneras de intentar ganárselos y se suele dar entre los reporteros de Economía y Negocios.

Por último, hay que destacar la presión que los avisadores ejercen sobre los contenidos periodísticos en la televisión a través del instrumento de medición de audiencia conocido como "people meter". En este sentido, uno de los elementos más perversos es el uso instantaneista que algunos canales hacen de este instrumento. Al respecto, uno de los periodistas entrevistados señala: "Conozco la experiencia del 7, del 13 y del 9. Si tu vas a presenciar la experiencia del noticiero central del 9, no se trabaja con el people meter. O sea, se tiene una pauta, que tiene 32 o 28 noticias, se desarrolla tal como estaba previsto, salvo que se alargue, por ejemplo, el deporte o algunos móviles que se hacen en el noticiero, se caen algunas notas, no van. Pero en general no se está determinado por el people meter. Si después se examinan los resultados de, no sé, un reportaje acerca de la supervivencia de la ballena, y el programa venía en 14 y se cayó a 4, no van a ir más notas sobre ballenas, eso tenlo por seguro. Ahora, el 7 y el 13 trabajan con el people meter al momento, o sea, si se te empieza a caer un bloque, lo cambian completamente.. Y yo creo que es una práctica perversa también, porque está determinado por el grado de receptividad, que se traduce en el people meter, que al mismo tiempo le da más o menos rating a un noticiero, y le da más o menos auspicio, más caro o más barato.. Y al mismo tiempo, esa área del cana compite con otras áreas. Prensa siempre compite con programación.. Entonces no sólo un departamento de prensa de un canal está compitiendo con los otros canales de la competencia, está compitiendo dentro del propio canal, y eso también te hace más compleja la relación". El uso instantaneista del people meter y estas nuevas relaciones de competencia van sin duda produciendo una intoxicación de la práctica periodística.

Finalmente, cabe resaltar que TVN es el único medio de comunicación que tiene una "filosofía" respecto a los avisadores y los intereses publicitarios, la que se encuentra planteada en sus "Orientaciones Programáticas". Ahí se señala: "TVN, ante su obligación de autofinanciamiento vende espacios publicitarios. Sin embargo, en ningún caso los mensajes contratados podrán contravenir sus propios principios institucionales ni sus postulados editoriales. La compra de espacios publicitarios no da a los clientes ninguna ventaja en el quehacer programático e informativo de TVN. Esto significa que no podrán exigir que se informe sobre actividades empresariales sin valor noticioso ni que se omitan informaciones que, a juicio de ellos, puedan serles lesivas. Las noticias referidas a clientes deben seguir las mismas normas y procedimientos de cualquier otra información".[9]

### 3.3 Las presiones culturales

Por último, hay que destacar las presiones que se ejercen en el ámbito valórico y cultural, las que provienen en el Chile actual principalmente de la Iglesia Católica y de otros poderes fácticos.

El éxito de estas presiones se expresa fundamentalmente en dos aspectos: por una parte, en la omisión de ciertos temas (piénsese principalmente en temas de sexualidad: divorcio, aborto, Sida, etc.). Por otra parte, en la satanización de posiciones heterodoxas en relación a estos temas.

Interesa mencionar un par de ejemplos del tipo de presiones que se ejercen en el ámbito valórico y cultural. Un primer ejemplo, donde entra en disputa posiciones de Iglesia y de gobierno, se produce a raíz de la negativa de dos canales de televisión - Canal 13 y Megavisión - de transmitir los spots de la campaña del Sida. El siguiente relato da cuenta del contexto: "El domingo 3 de noviembre se comenzó a retransmitir por todos los canales televisivos los spots de la primera etapa de la campaña anti-Sida. Su preparación había sido muy laboriosa, con el ojo atento y el posible dedo acusador de la Iglesia Católica siempre pesando. Incluso en el último momento se postergó el lanzamiento por casi dos meses, por tensiones y presiones sobre su contenido, considerado por algunos demasiado audaz.. Había una expectativa. Pero la delicadeza de los spots fue grande.. El 22 de diciembre la historia de la campaña cambió. Los ministros y autoridades en el visionado previo de los spots, encontraron muy positivo el tono y la información de la segunda entrega publicitaria, que apuntaba a una mayor toma de conciencia. Se decía y se mostraba lo imprescindible de la forma más tenue y neutral. Pero se nombraba claramente el condón como una cautela para los que no se animaban a la plena abstinencia o no habían asumido una estricta monogamia en su vida sexual.. Ya se sabe la dura respuesta del arzobispo de Santiago. Monseñor Oviedo vio en aquel fantasmal ballet de siluetas nada menos que "una incitación al libertinaje sexual". El canal 13 y el canal 9 rechazaron sin más los spots, en nombre de su derecho de no exhibir lo que fuera contra su conciencia. Fue el propio rector de la Universidad Católica el que tomó la decisión.. Esta vez la Democracia Cristiana reaccionó con fuerza. El propio Presidente Aylwin señaló en su discurso de fin de año que "la moral no se impone por decreto". Y el presidente del partido, senador Frei, avaló la acción gubernamental. Pero desde la JDC la respuesta fue más explícita. Su vicepresidente,.. sostuvo que monseñor Oviedo tenía razón en lo moral, pero no en lo técnico. E incluso se añadió desde la mesa que los preservativos eran convenientes para aquellas personas que no había podido cambiar sus conductas sexuales de un día para otro".[10]

Un segundo ejemplo se refiere al modo en que se intervino un reportaje televisivo en torno al tema de las sectas satánicas. Uno de los periodistas entrevistados, que participó en la producción del programa, señala: "Una periodista hizo un programa sobre el diablo.. Y el director exigió que un cura estuviera permanentemente en el programa aportillando los discursos satánicos. Originalmente, ese cura iba al final, en una entrevista sobre el tema del diablo. Pero el director insistió en que esto se fragmentara para que permanentemente "LA VERDAD" estuviese presente".

Uno de los periodistas entrevistados da la siguiente opinión respecto a la posibilidad de hablar sobre temas como el divorcio y el aborto en televisión: "cuando se ha planteado el tema del

divorcio aquí es una cosa bastante complicada, porque la Iglesia es un poder fáctico muy fuerte.. y es muy difícil hablar del divorcio. Y los que se atreven lo hacen con bastante cautela. Y discutir el tema del aborto, menos. Entonces, yo creo que esos temas se tratan siempre por el lado. A ver, hablar del divorcio en Chile y propiciarlo constituye casi poco menos que ser cómplice de Paul Schaefer, para nombrar un personaje controvertido".

Se podrían citar un sinnúmero de ejemplos sobre el modo en que durante el período de transición democrática se ha ejercido presión para incidir en los contenidos y mensajes sobre aspectos culturales-valóricos. Pero lo que nos interesa resaltar aquí es como todas las presiones a las que hemos hecho referencia - en lo político, económico y cultural -, las que operan en función de intereses que trascienden al emisor, se van en definitiva integrando al discurso de los medios, delimitando áreas de interés preferente y territorios vedados. Esperamos con ello haber dado cuenta de los principales elementos que han intervenido en la configuración de la preagenda de los medios durante la transición.

#### 4. Finalizando

Para concluir, hay que destacar de nuevo que incluso en los países más democráticos existen presiones y limitaciones sobre los medios de comunicación. Lo que aquí hemos tratado de subrayar es la particularidad del caso chileno, que se refleja en una serie de perversiones de la función periodística. Esta situación revela un panorama preocupante.

Las preguntas, con las cuales queremos terminar el trabajo y para las cuales no tenemos respuesta, son:

- ¿Hasta que punto es posible desarrollar proyectos periodísticos autónomos e independientes de todo este engranaje de presiones y limitaciones que se han descrito anteriormente? Mal que mal los periodistas son los agentes en los cuales la sociedad ha delegado de algún modo la función de informar.

- ¿Hasta que punto es posible revertir la visión del periodista como funcionario - como alguien que desempeña burocráticamente labores que se le han recomendado - y recuperar un periodismo de investigación que lucha contra la verdad autorizada?

- Por último, ¿Cómo hacer para que en la enseñanza del periodismo se re-introduzca la visión crítica, que fue característica del periodismo liberal?

---

[1] Este trabajo ha contado con la colaboración de Claudia Lagos quien es ayudante del Programa sobre Libertad de Expresión que se lleva a cabo en la Escuela de Periodismo de la Universidad de Chile. Fue realizado en 1999.

[2] Para un análisis de las restricciones jurídicas a la libertad de expresión en el Chile de los 90 véase: Los Límites de la Tolerancia. Libertad de expresión y debate público en Chile, Human Rights Watch, Lom Ediciones, 1998.

[3] Citado por Gomis, L. Teoría del Periodismo, Paidós Comunicación, pp.82-83.

[4] La noción de **cultura** es entendida en este trabajo como un conjunto de representaciones sobre lo que es la función del periodismo en las sociedades democráticas y como un conjunto de prácticas que conforman el quehacer periodístico.

[5] Lo que se presenta a continuación es una investigación basada en entrevistas semi-estructuradas 10 periodistas que actualmente se desempeñan en diversos medios de comunicación.

[6] Todas las frases o párrafos entre comillas que no llevan cita corresponden a extractos de las entrevistas realizadas a periodistas.

[7] Tendencias.

[8] Rafael Otano Crónica de la Transición, Editorial Planeta, 1995, pp.329-330.

[9] Televisión Nacional de Chile, Orientaciones Programáticas.

[10] Rafael Otano "La guerra de los profilácticos", Apsi 410, 14 al 27 de enero de 1992.