

Periodistas frente a los monitoreos de medios: un análisis desde la teoría del campo

(Journalists in the face of media monitoring: an analysis from field theory)

Frida V. Rodelo / Zariá Casillas Olivares

Universidad de Guadalajara

Correspondencia: frida.rodello@academicos.udg.mx

Resumen (600 caracteres incluyendo espacios)

Los monitoreos de medios no suelen acompañarse de indagaciones sobre la manera en que las personas periodistas consumen e interpretan estos proyectos. Mediante entrevistas, este estudio llena este vacío de información al centrarse en la subjetividad de periodistas de medios monitoreados. El estudio, fundamentado en la teoría del campo de Bourdieu, reveló posiciones frente al monitoreo agrupadas en dos polos (conservar el campo y subvertir el campo) estructurados en torno a la jerarquía y la cercanía con la academia. Conocer las dinámicas internas del campo periodístico permitió comprender su grado de apertura al cambio.

Palabras clave: monitoreos, medios de comunicación, periodismo, desarrollo de los medios de comunicación

Abstract

Experiences of media monitoring are not usually accompanied by inquiries about the way in which journalists consume and interpret these projects. This study fills this gap by focusing on the subjectivity of journalists working in monitored media. The study, based on Bourdieu's field theory, revealed positions regarding monitoring classified into two poles (conserving the field and subverting the field) structured around hierarchy and proximity to academia. Knowing the internal dynamics of the journalistic field allowed us to understand its degree of openness to change.

Keywords: media monitoring, media, journalism, media development

Introducción

La observación y monitoreo de medios es una actividad realizada a lo largo del mundo principalmente ante preocupaciones relacionadas con la necesidad de vigilar el comportamiento de los medios de comunicación de manera tal que se aclare si estos cumplen las funciones democráticas que se les han atribuido —por ejemplo, vigilar a los grupos con poder— (Trappel, 2011); así como en qué medida asumen valores tales como la igualdad, la diversidad, el servicio público y la responsabilidad social. El eje común en los proyectos de monitoreo y observación de medios tiene que ver con influenciar el comportamiento de las organizaciones de medios (Galtung, 1995). A pesar de lo anterior, se carece de estudios que se propongan indagar cuáles son los impactos de los proyectos de monitoreo en quienes conforman las instituciones que estos pretenden influenciar —periodistas en organizaciones de medios.

En particular, en el contexto mexicano, la realización de monitoreos durante las campañas electorales se encuentra institucionalizada (Aceves González, 2011) bajo la consigna de observar

la producción de información periodística, *asumiendo* que de alguna manera tal vigilancia prevendrá abusos en las coberturas informativas y, sobre todo, la inequidad en los comicios (Aceves González, 2000). Asimismo, a raíz del impulso a la participación política de las mujeres, desde la década de 2010 se ha añadido a las anteriores preocupaciones el impulsar una representación de las candidatas que contribuya a reducir la desigualdad de género y que se abstenga de fomentar prejuicios sobre las mujeres.

Ante el mencionado vacío de información, se plantearon como objetivos de investigación: (1) Saber *qué hacen* las personas de medios con el monitoreo —es decir, cómo lo usan y si este fomenta modificaciones en las prácticas periodísticas o, por el contrario, alienta prácticas de resistencia. (2) Conocer los *significados* que las personas de medios dan al proyecto de monitoreo. (3) A partir de los hallazgos de esta investigación, elaborar recomendaciones que permitan aumentar la incidencia de los proyectos de monitoreos de medios.

A lo largo de este artículo, se usará el término monitoreo de medios para referirnos de manera genérica al paraguas de proyectos de monitoreo, observatorio y veeduría, los cuales comparten objetivos relacionados con influenciar un cambio en las prácticas periodísticas guiados por principios democráticos o de responsabilidad social y a través de una estrategia que suele incluir la observación sistemática de los productos realizados por las organizaciones de medios o bien de las prácticas mediáticas y las estructuras que funcionan como contexto de estas prácticas de producción.

Medios, democracia y monitoreos

En esta sección se establecen los principios teóricos que sustentan la necesidad de vigilar a los medios de comunicación y se revisan principios sobre la intervención en medios de comunicación postulados desde enfoques participativos, así como desde la experiencia latinoamericana.

Los modelos teóricos de la democracia plantean roles específicos para los medios de comunicación: por ejemplo, Dahl (1998) encuentra dos aspectos fuertemente relacionados con los medios de comunicación como instituciones indispensables para la democracia: el acceso a fuentes diversas de información y la libertad de expresión. En la época contemporánea, las aspiraciones liberales tienen como obstáculo las condiciones imperantes de la sociedad y del mercado y el impacto de estas en los medios de comunicación, los cuales son organizaciones con funciones democratizadoras, pero que también pueden fungir como instrumentos para perseguir intereses políticos y económicos (Guerrero, 2008, 2016). Así, Guerrero (2008) ha definido la relación medios-gobierno en el contexto mexicano como una *relación corporativa* con pautas de *censura ambiental* y *censura indirecta*. Por su parte, los sistemas de medios latinoamericanos han sido descritos como *liberalismo capturado* (Guerrero, 2008) y como sistemas clientelares (Waisbord, 2014).

De hecho, alrededor del mundo es común encontrar medios poderosos y con amplia libertad de expresión (Nordenstreng, 2001). Sin embargo, es difícil que los medios sean al mismo tiempo tanto financieramente sustentables, como comprometidos con el servicio público y con la suficiente independencia para vigilar el ejercicio del poder económico, político y militar en la sociedad (Trappel, 2011). Se ha argumentado por tanto sobre la necesidad de “transparentar” la actuación de los medios (Galtung, 1995, p. 104), de provocar que “rindan cuentas” a la ciudadanía (Trappel, 2011, p. 13) y de incidir en que los medios ejerzan su libertad de expresión con responsabilidad (Nordenstreng, 2001).

Las experiencias de monitoreo. La reflexión sobre la práctica de monitoreo ha posicionado las nociones de participación del sujeto observado, diálogo y vinculación entre actores involucrados como básicas para el éxito de los proyectos de monitoreo de medios. Desde el enfoque de comunicación participativa, se ha establecido que para que una intervención sea exitosa, debe establecerse a través del diálogo una relación entre los diferentes grupos interesados en el asunto (Tufté & Mefalopulos, 2009). Este aspecto ha sido ampliamente señalado: Galtung (1995), por ejemplo, apuntó que el diálogo con los interesados acerca de las dimensiones de evaluación y que estas sean significativas para las personas involucradas es necesario para que un monitoreo de medios sea exitoso. Gallagher (2001) y Ryan et al. (2006) constataron la importancia de usar los datos empíricos para acercarse a las personas periodistas y representantes de los medios de comunicación y establecer un diálogo constructivo con estas.

Desde Latinoamérica, asimismo, se ha detectado la necesidad de mejorar la incidencia social de los observatorios de medios a través de una mejor vinculación de los observatorios tanto con los medios estudiados como con la sociedad (Castellanos, 2010; Larrosa, 2020; Rey, 2003). La vinculación con la ciudadanía y la apropiación de estos proyectos por personas comunes es clave puesto que, de esta manera, las y los ciudadanos obtendrán un conocimiento que hará posible que demanden mejores contenidos mediáticos (Aceves, 2000). Todo lo anterior se conecta también con la reciente consigna de aumentar el impacto de la investigación sobre el periodismo y de realizar investigación que no se conforme con extraer datos de comunidades sino que sea capaz de ofrecer un rol más activo a periodistas y de regresar a la comunidad estudiada para rendir cuentas (Bélair-Gagnon & Usher, 2021).

Contexto del estudio

Surgidos en el marco de una preocupación histórica por la inequidad en las competencias electorales (Aceves González, 2000), en México se realizan monitoreos electorales de la cobertura informativa por mandato legal y con financiamiento público, tanto a nivel nacional como a nivel local. Estos monitoreos han incorporado además elementos relacionados con la promoción de la participación política de las mujeres y la prevención de la violencia política contra las candidatas.

Los resultados del monitoreo de la cobertura informativa en radio y televisión del proceso electoral 2021 de Jalisco se divulgaron en reportes difundidos en ruedas de prensa y medios sociales. Estos reportes incluyeron indicadores de proporciones de coberturas dedicadas a cada partido, candidaturas, así como variables relacionadas con encuadres en la cobertura. Asimismo, los reportes incluyeron transcripciones de piezas en las que se detectaron estereotipos de género que afectaban a candidatas. El monitoreo fue elaborado por un equipo de una institución pública autónoma de educación superior y media superior reconocida no únicamente por su labor educativa y cultural, sino por ser un actor político con enorme poder político en el estado.

Método

Ante el vacío de información sobre cómo las personas de medios interpretan los reportes y las actividades de los monitoreos de medios, se determinó seguir en este estudio una perspectiva cualitativa que permitiera a los investigadores conocer y profundizar en los significados y las prácticas de monitoreo de medios.

Siguiendo una lógica de muestreo de máxima variación (Patton, 2014), se realizaron entrevistas estructuradas a personas de medios que colaboraron en alguna de las 12 organizaciones de medios estudiadas en el monitoreo de medios 2021. El muestreo procuró la mayor diversidad posible en sus organizaciones, género, jerarquía y tipo de cargo. El tamaño de la muestra de participantes no se determinó *a priori*, sino que estuvo orientado por el análisis de datos, el cual se realizó al mismo tiempo que su recolección. Así, la recolección de datos terminó una vez se llegó a la *saturación teórica*, es decir, cuando, habiendo explorado en detalle las preguntas de investigación en las entrevistas, ya no emergieron nuevos temas o conceptos (Trotter, 2012).

La muestra de participantes se compuso de 12 participantes y tuvo las siguientes características: edad entre 31 y 65 años (mediana de 39), años de experiencia entre 9 y 45 años (mediana de 23 años de experiencia), 42 % de participantes mujeres, 58 % de hombres; con cargos que incluyeron dirección de noticias (1), coordinación de programa (1), jefatura de información (3), conducción (5), reportería (1) y análisis (1). Las entrevistas estructuradas se llevaron a cabo de manera presencial y a través de videollamada. Tras explicar el objetivo del proyecto, se solicitó a cada persona su consentimiento para grabar la entrevista y usar los datos recabados exclusivamente para el proyecto, resguardando en todo momento sus datos personales (en el reporte se asignan letras que sustituyen a los nombres de las personas participantes). La entrevista estructurada siguió un cuestionario de siete preguntas sobre los significados del monitoreo, el impacto de saberse monitoreado(a), las percepciones sobre el beneficio o falta de beneficio de los monitoreos, diagnóstico de las limitaciones de los monitoreos y sus causas, y sugerencias para aumentar el involucramiento entre personas de medios y monitoreos (ver apéndice).

Conforme se realizaron las entrevistas, los investigadores realizaron de forma independiente la lectura y codificación de los datos siguiendo la perspectiva de la teoría multifundamentada (Goldkuhl & Cronholm, 2010), la cual reformula la teoría fundamentada (Strauss, 2003) para admitir un andamiaje no únicamente basado en los datos empíricos sino también en las teorías ya existentes en la literatura. Los pasos de esta fueron: en una primera etapa se asignaron códigos nuevos (codificación abierta); posteriormente, se relacionaron los códigos entre sí a través de modelos jerárquicos o de árbol (codificación axial). Finalmente, se construyeron proposiciones fundamentadas por el modelo y en donde se interrelacionan las categorías presentes en este (codificación selectiva).

Ambos investigadores se reunieron tras completar las tres etapas de codificación para identificar las coincidencias en los códigos y modelo emergentes y conciliar mediante el diálogo las diferencias. En específico, durante la codificación, se identificó la noción de distancia o lejanía entre medios y academia como central; asimismo, se encontró que las opiniones de personas de mayor y menor jerarquía tendían a diferenciarse. Este hallazgo sugirió a los investigadores el uso de una teoría existente —en este caso, la teoría del campo— para fundamentar las categorías que emergieron en el análisis. De esta manera, el producto del análisis realizado —la teoría— está fundamentado tanto en los datos empíricos como en la teoría misma.

Marco teórico: la teoría del campo y el cambio en los medios

Para entender los obstáculos para la promoción de cambios en los medios de comunicación se ha considerado crucial comprender las diferentes influencias sobre la práctica periodística (Castellanos, 2010; Gallagher, 2001; Ross & Carter, 2011; Ryan et al., 2006). Desde la sociología de los medios, Shoemaker & Reese (2014) han propuesto segmentar este problema a través de un

modelo jerárquico que organiza las influencias sobre las organizaciones de medios en distintos niveles de análisis que van desde lo individual hasta el sistema social —y que incluyen el ámbito institucional, nivel ya abordado en el apartado anterior, en donde se examinó un aspecto de la relación medios-gobierno.

En el nivel institucional, la teoría del campo provee elementos para analizar la conformación del campo periodístico y su resistencia o apertura al cambio. Esta es una de las razones por las que el uso de esta teoría en los estudios sobre periodismo se ha incrementado en los últimos años (Maares & Hanush, 2022). De acuerdo con esta teoría, un campo es un espacio estructurado de posiciones que para funcionar requiere que las personas integrantes crean en él, es decir, estén habituadas a las reglas del juego (Bourdieu, 1990). De manera general, el mundo social se estructura a partir de la oposición entre dos tipos de capital, el económico (el más poderoso) y el cultural. Cada campo está estructurado a partir de la oposición entre dos polos: el heterónomo, sensible a las fuerzas externas al campo (principalmente económicas), y el autónomo, donde se produce el capital específico producido en el campo y en donde hay mayor resistencia a las influencias externas (Benson & Neveu, 2005; Bourdieu, 1990). El campo periodístico forma parte del campo del poder y se caracteriza además por un alto grado de heteronomía. Otra peculiaridad del campo periodístico y los campos de los que se rodea en el campo de poder (la política, la ciencia social) es que compiten por imponer una visión legitimada del mundo social.

En cada campo se dan luchas para preservar o cambiar su estructura, especialmente sus relaciones de poder, es decir, el acceso de participantes al recurso o capital que se produce en el campo, así como la definición de principios de división del campo. Así, los individuos más dotados del capital usan estrategias ortodoxas o *de conservación* y los menos dotados, estrategias heterodoxas o *subversivas*. Por ejemplo, en su análisis sobre el campo periodístico, Bourdieu (2012) argumentaba que las personas periodistas de mayor jerarquía (por ende, con mayor capital) suelen estar más dispuestas a someterse a la lógica comercial que ha invadido este campo. En contraste, consideraba que las personas jóvenes pueden ser más propensas a enarbolar los principios y valores de la profesión (es decir, a situarse en el polo autónomo). Sin embargo, esta no es una regla general, porque las relaciones de poder también son resultado de condiciones específicas del campo. Un segundo ejemplo ilustra lo anterior: agentes nuevos en el campo pueden incidir en la transformación del campo cuando nuevos editores intentan distinguirse de lo que otros han hecho; sin embargo, al mismo tiempo, agentes recién llegados pueden incidir en la conservación cuando por haber escasos espacios laborales estos adoptan actitudes de precaución y conformismo (Benson & Neveu, 2005).

Como puede verse en los ejemplos de Benson & Neveu (2005) y Bourdieu (2012), el análisis guiado por la teoría del campo ayuda a clarificar las dinámicas internas del campo periodístico, pero, además, ayuda también a comprender las relaciones entre individuos y grupos pertenecientes a diferentes campos. Por ejemplo, las personas científicas con menos habilidades comunicativas tienden a considerar como “prostitución” el uso que medios y periodistas hacen de las personas expertas en ciencia, así como a no reconocer el valor de estas habilidades —pues valorar esta forma de capital reduciría su poder dentro del campo (Hartley, 2018, p. 219). Asimismo, las personas periodistas con mayor capital científico prefieren a personas científicas con menos habilidades de comunicación científica y viceversa. Las diferentes posturas sobre la relación fuentes-medios en las narrativas de periodistas y científicos se explican, de acuerdo con Hartley (2018), por las luchas al interior de los campos periodístico y científico y los deseos de preservar sus respectivas identidades profesionales.

Resultados

Las entrevistas semiestructuradas permitieron recuperar datos sobre los significados y las prácticas de personas de medios sobre el monitoreo de la cobertura electoral en Jalisco, así como discursos sobre cómo mejorar este tipo de proyectos. Los resultados se resumen en la Tabla 1. En esta, se propone que los discursos de las personas de medios en torno a los monitoreos se organizan en dos polos: conservar el campo, más presente en personas con mayor jerarquía y experiencia en el periodismo, y subvertir el campo, más patente en personas de medios de menor jerarquía y menos años de experiencia. La identificación de ambos polos, manifestos en las actitudes sobre los proyectos de monitoreo, sugiere la existencia de tensiones al interior del campo periodístico en torno al cambio y al modo de manejar la influencia de agentes externos.

Tabla 1. Posturas en torno a los monitoreos de medios

<i>Conservar el campo</i>		<i>Subvertir el campo</i>
Tema	Factores que determinan los contenidos periodísticos	
Respuestas	Tradición, valores periodísticos, actores políticos	Desinterés y/o falta de poder para cambiar las prácticas
Ejemplos	<p><i>“Si mi medio buscaba dar cobertura informativa hacia todas las candidaturas... pues la verdad es que el tiempo no me alcanzaba” (E, 18 a).</i></p> <p><i>“Es un problema porque te dicen: ...yo le tengo que dar tres minutos hoy al PES... pero el candidato del PES no hizo campaña y como ese hubo cualquier cantidad de estúpidos que no hicieron nada y que después vienen: ‘es que a mí ni cobertura me dan’. Pos haz algo, o sea, haz algo y te cubro, ¿no?” (H, 37 a).</i></p>	<p><i>“No se critica al medio... y sí se ve como... darse un balazo en el pie, ¿no?, estar cuestionando el trabajo de los demás” (C, 10 a).</i></p> <p><i>“A mí no me gusta, pero es que también de ahí sale mi sueldo” (C, 10 a).</i></p> <p><i>“[Un obstáculo es] cómo se manejan los medios de comunicación en cuanto [a] sus modelos de negocios y que no están interesados en la profesionalización y por lo tanto en hacer caso a herramientas como pudiera ser el monitoreo” (E, 18 a).</i></p>
Tema	Emociones al leer las evaluaciones del monitoreo	
Respuestas	Enojo, incomodidad.	Diversión, expectación, interés.
Ejemplos	<p><i>“Lo platicamos y él [director] estaba verdaderamente indignado y molesto” (A, 20 a).</i></p> <p><i>“Causó un montón de discusión, de revuelo... Y me dice [mi jefe], bueno pero hay que hacer una nota como que explique cómo se hizo el monitoreo, cuánto nos cuesta y así... Pero al final ya nunca entró” (C, 10 a).</i></p>	<p><i>“Funciona para comidilla para ver las tonterías que se dicen... Sobre todo eso ¿no? Los errores y ver cómo salíamos nosotros también” (F, 17 a).</i></p>
Tema	Ser el objeto de vigilancia del monitoreo	
Respuestas	No afecta.	Sí afecta.
Ejemplos	<p><i>“No me produce ningún efecto... Porque yo estoy muy consciente [de] que debo hacerme responsable de lo que digo” (B, 35 a).</i></p> <p><i>“No estoy pendiente de ello [los monitoreos], porque estoy pendiente más bien de mis contenidos” (D, 15 a).</i></p>	<p><i>“Me mesuraba” (A, 20 a).</i></p> <p><i>“No deja de sentirse el nervio de que estén escuchando tu trabajo” (E, 18 a).</i></p> <p><i>“Saber que me están monitoreando simplemente me lleva a buscar hacer mi trabajo de la mejor manera” (K, 21 a).</i></p>
Tema	Razones para evaluar a los medios	
Respuestas	Hacer cumplir la ley electoral.	Retroalimentar a medios; derechos de las audiencias.
Ejemplos	<p><i>“[El monitoreo] busca que [tratamiento] sea equilibrado, que sea parejo y que el trato sea pues igual para todos los candidatos” (G, 45 a).</i></p>	<p><i>“Le puede permitir a las personas que consumen un medio de comunicación validar lo que ellos están consumiendo” (K, 21 a).</i></p> <p><i>“Pueden ayudar a discutir cosas que tenemos muy normalizadas en los medios de comunicación” (C, 10 a).</i></p>
Tema	Legitimidad de la autoridad de la academia	
Respuestas	Es cuestionable.	Es legítima.
Ejemplos	<p><i>“No debería de haber ninguna de estas sombras</i></p>	<p><i>“Es muy válido el hecho de ver opiniones externas</i></p>

	<p>incidiendo en la parte del monitoreo, o sea, no puedes empezar a monitorear pensando que Televisa es una empresa vendida, pro Morena" (H, 37 a).</p> <p>"Los que llevan a cabo el monitoreo... no tienen ni la más remota idea muchas veces de quién es quién en el tema del micrófono o la cámara" (I, 30 a).</p> <p>"A veces [quienes hacen el monitoreo] ven las cosas con cierta formación o presunción" (B, 35 a).</p> <p>"No los están desarrollando para provocar cambio [sino] para cumplir con el objetivo de cumplirle a un cliente" (B, 35 a).</p>	<p>que no estén viciadas de lo que tú haces, porque te permite ser un poquito más veraz, más objetivo en el sentido de tener una distancia realmente con lo que está sucediendo y también te permite entender tus áreas de oportunidad" (K, 21 a).</p> <p>"Creo que sí, que todos los estudios, todo lo que sea retroalimentación, y más viniendo de especialistas, de investigadores, suma" (G, 45 a).</p> <p>"Para el quehacer de cualquiera que nos dediquemos a ofrecer algo público es fundamental que haya monitoreo" (L, 15 a).</p>
Tema	Involucramiento de los medios en el monitoreo	
Respuestas	Activo: colaborar, intervenir.	Pasivo: recibir explicación, recibir orientación.
Ejemplos	<p>"Que no quiera un investigador venir a imponer y decir 'esto es decálogo y esto es lo que tienes que hacer', no, o sea, [es] un proceso de retroalimentación" (G, 45 a).</p> <p>"Hacerlo social, involucrarnos a todos y nosotros como actores de la sociedad, independientemente que yo preste mis servicios en un medio" (B, 35 a).</p>	<p>"[Es necesario] entender como son las reglas del juego y decidir [los medios] si las van a jugar o no" (K, 21 a).</p> <p>"Que se nos convocara a lo mejor a algún curso, alguna capacitación por parte de quienes hacen los monitoreos" (J, 9 a).</p> <p>"Tratar de ser un poquito más cercanos en el sentido de explicar que no es un rollo para pegarte, sino... para ayudarnos" (K, 21 a).</p>
Tema	Modo de participación de los medios en el monitoreo	
Respuestas	Encubierta e informal	Pública y formal
Ejemplos	<p>"Invitar a un desayuno a los directores de medios de comunicación. ¡Solo a los directores de medios de comunicación! ¿No? Y que les expliquen" (I, 30 a).</p> <p>"Hay muchos compañeros [sic] que en cuanto se publica y se sienten confrontados lo van a descalificar... porque los señalaron ¿no? Pero estoy seguro que el proceso tiene que ser un poco más de 'amigo date cuenta', ¿no? Esto es lo que salió, esto es como lo haces, pero no quiere decir que está mal, quiere decir que no conoces otra manera de hacerlo" (F, 17 a).</p>	<p>"Mesas de trabajo, algún taller en el que, te digo, podamos tanto comprender más la información que ustedes generan como nosotros saber cómo lo podemos aplicar en nuestro trabajo cotidiano" (E, 18 a).</p>
Tema	Modelo de cambio para los medios	
Respuestas	Desde arriba	Desde arriba y desde abajo
Ejemplos	<p>"Como un círculo de discusión que no sea público en donde directivos de medios puedan ver realmente cosas como estas tendencias que están bien claras, si están bien o si están mal, si son legales" (C, 10 a).</p> <p>"Involucrar realmente en... esta parte a los directivos de medios... te va permitir saber qué también buscamos nosotros" (I, 30 a).</p>	<p>"Quiénes integramos los medios pues estar inculcando ese tipo de temas, promoviendo las capacitaciones o incluso exigiéndolas este con... los directivos para que en verdad tengan... esta incidencia que mencionas" (E, 18 a).</p> <p>"Hay información que solo le llega a los jefes y que considero que si esa información se aterrizará a las demás personas que laboran en esa unidad de noticias esto podría mejorar" (K, 21 a).</p> <p>"Sería más eficiente con los reporteros que están en las coberturas, porque luego todas las reuniones son con los directores ¿no? Y pues los directores no están en la calle..." (L, 15 a).</p>

Fuente: elaboración propia.

Factores que determinan los contenidos periodísticos

En las entrevistas emergieron nociones sobre las principales influencias en la práctica periodística. Por un lado, las y los participantes advirtieron cómo los valores periodísticos tales como la relevancia y la actualidad de la información tienen prioridad frente a la equidad, que las acciones —o inacción— de los actores políticos propician la cobertura periodística que reciben; y que muchas prácticas periodísticas dan continuidad a una tradición establecida dentro de la

organización. Estas ideas se interpretaron como actos discursivos de conservación del campo, pues las personas participantes señalaron que reconocer estas influencias brinda “contexto” (B) a los indicadores que presentan los reportes de los monitoreos; es decir, justifican inequidades en espacios y otras prácticas que desde la lógica del monitoreo y la regulación electoral se asumen como inadecuadas.

Por otro lado, al hablar sobre la conveniencia de cambiar algunas prácticas periodísticas, las personas participantes señalaron como obstáculos el desinterés de las personas con poder de decisión, la falta de autonomía periodística de quienes ocupan niveles bajos e intermedios frente a las influencias externas al periodismo, como el Estado y el mercado, y aspectos estructurales de los medios tales como su modelo de negocio —que posiciona al periodismo latinoamericano como un campo dependiente del campo político— y su acelerada dinámica de trabajo con malas condiciones laborales. Las anteriores ideas se consideraron actos discursivos de subversión, en tanto fueron factores posicionados como obstáculos para realizar cambios deseables. El siguiente extracto ilustra la tensión entre periodismo y poder político:

Antes sí era como: *no, yo jamás voy a hacerlo, ¿no?* Pues ya estás ahí. O sea, a mí, tal cual, me dieron como la indicación, esta elección, de: *A ti te toca este candidato, pero no puedes preguntar, ¿no?* Porque ya saben que luego yo me les voy a la yugular. *No puedes preguntar*, o sea tú vas a lo que él proponga. De eso haces tu nota. Tú no preguntas nada, ¿no?... Yo me acuerdo que antes para mí era: *No, cuando me den algo así voy a renunciar, ¿no?* Así como una postura muy inquebrantable, ética, ¿no? Y pues ya en la realidad dices: *Pues, bueno, ¿ya qué haces, no?* (C, 10 años de experiencia).

Asimismo, las personas con más experiencia hablaron menos sobre la posibilidad o la conveniencia de realizar o promover un cambio en los medios de comunicación, al omitir este tema o al —en apariencia— no comprender las preguntas que se realizaron para disparar el discurso sobre este tema. El antagonismo entre jóvenes y viejos/as no se expresó de forma manifiesta, sino a través de alusiones benevolentes por parte de las personas jóvenes, quienes se refirieron a jefes como personas de “la vieja escuela” (F), “la vieja guardia” (I) y “periodistas que siempre han hecho las cosas así” (A).

Impacto de los monitoreos

Se analizaron dos formas diferentes de impacto de los monitoreos que emergieron en los discursos de las personas participantes: las emociones al leer los reportes y los efectos de ser objeto de la vigilancia de un monitoreo de medios. Las personas participantes que declararon haber conocido los reportes producidos por los proyectos de monitoreo (9 participantes, 75 %) manifestaron que leen estos reportes principalmente para buscarse a sí mismos/as y a sus medios —para saber si se señala algo sobre sus contenidos— y para conocer si hay medios o periodistas señalados como transgresores de la lógica impulsada por el proyecto de monitoreo. En ambos puntos subyace la necesidad de saber si el monitoreo revela algo novedoso que desde la práctica cotidiana no se percibe, y, más en específico, conocer si se manifiestan en el estudio los acuerdos extra periodísticos entre tomadores de decisiones en la organización de medios y actores políticos:

Sí cambia totalmente la forma de trabajar porque sí están muchas cosas vendidas... Era así como: “ay, qué alivio, no se ve, ¿no?”... Porque ciertos candidatos los tienes que sacar todos los días ¿no?

O sea, cada evento, si se toma un café y sube la nota, la foto a Instagram hay que ponerlo, ¿no? O sea, un seguimiento muy cabrón a ciertos candidatos que *pos* obvio tendrán algún acuerdo comercial que no lo sabemos, pero es un poco obvio y hay quienes de plano no aparecen, ¿no? O, como ya tenemos la indicación de seguir a tales, pues no te da tiempo para cubrir a las otras cuantas, ¿no? Un poco sí era como "ay, vamos a salir quemados" ¿no? (C, 10 años de experiencia).

Lo anterior explica tanto las reacciones de enojo e incomodidad de quienes rechazan la lógica del monitoreo, como las reacciones de interés, expectación e incluso diversión de quienes se suscriben a esta lógica. Cabe señalar que las primeras no son expresadas abiertamente, sino que más bien las personas jóvenes hablan de la incomodidad o las reacciones negativas que observan en sus jefes/as. Asimismo, desde el polo de subversión, se reconoce que saberse monitoreado sí afecta la práctica periodística, puesto que disuade a las personas de medios de incurrir en comportamientos que puedan interpretarse como sesgados o inapropiados e incentiva la mesura o autorregulación. En contraste, desde el polo de conservación, se niega la influencia del monitoreo sobre la práctica periodística bajo el argumento de que, con o sin vigilancia, las personas profesionales mantienen, bajo la guía de valores profesionales como la responsabilidad social, los mismos comportamientos. Periodistas en el polo de conservación concluyen por tanto que el campo periodístico tiene mecanismos internos para autorregularse que hacen innecesarias las evaluaciones de algún campo externo.

Legitimidad de la autoridad de la academia

En el discurso de las personas participantes emergieron dos temas relacionados con la legitimidad de los proyectos de monitoreo: las razones de evaluar a los medios, las cuales se relacionan con las funciones que se atribuyen a los monitoreos; y la autoridad de la academia. 5 de las 12 personas participantes enfatizaron que los monitoreos de cobertura electoral patrocinados por los organismos electorales tienen como principal función el hacer que se cumpla la ley electoral al ser disuasorios de prácticas periodísticas que resulten en distribuciones inequitativas de los tiempos de cobertura o que sean interpretadas como discriminatorias. 9 personas participantes, más que centrarse en cumplir la ley, enfatizaron la necesidad de que los medios reciban retroalimentación de un actor externo que sea neutral, puesto que muchas prácticas periodísticas están “normalizadas” (ver Tabla 1).

La autoridad de la academia fue cuestionada por 11 personas de medios (casi el total de participantes) por razones relacionadas con la validez o precisión, la falta de ambición del proyecto la sospecha de falta de neutralidad. En torno al primero de estos cuestionamientos, las personas participantes señalaron que el monitoreo tiene errores que demuestran que quienes lo hacen no saben lo suficiente sobre quién es quién en los medios en la región y que no están de acuerdo con los criterios seguidos o con la interpretación de los datos:

No se interpretan con la realidad que se viven en los medios de comunicación [...] Periodísticamente, no me da la vida para complacer a [la universidad] y para cumplir con mis tiempos periodísticos, ¿no? (A, 20 años de experiencia).

El segundo cuestionamiento, la falta de ambición, fue esgrimido por participantes que señalaron que el proyecto no ayuda a cambiar las prácticas periodísticas, pues no se acompaña de explicaciones dirigidas a los medios de comunicación. El tercer cuestionamiento se relacionó con sospechas sobre intenciones políticas veladas del monitoreo al ser realizado por actores políticos

—las universidades— que pueden *golpear* a los medios de manera selectiva. Los cuestionamientos anteriores permiten concluir que la autoridad de la academia para emitir juicios sobre los medios de comunicación no es ni estable ni inexorable; por el contrario, su legitimidad está en permanente disputa, puesto que desde el campo periodístico no únicamente se inspecciona de forma constante la precisión técnica del discurso académico, sino también su neutralidad, ética e impacto social.

Construcción de una relación medios-monitoreo

En la mayoría de las entrevistas, las personas participantes expresaron la conveniencia de la participación de los medios en el proyecto de monitoreo, principalmente ya sea a través del diálogo entre medios y academia (11 participantes así lo manifestaron) o de la construcción de alianzas que agrupen a monitoristas, sociedad civil y medios (6 participantes lo manifestaron de este modo). Se registró asimismo la percepción de alejamiento y de tensión entre ambos campos, pues, como se ha señalado, las evaluaciones realizadas en proyectos de monitoreo son recibidas por los medios con desinterés o provocan incomodidad e irritación. De esta manera, al imaginar la construcción de una relación entre los medios y el monitoreo emergieron tres cuestiones: ¿Qué papel tendrían los medios en esta relación? ¿Cuál sería el modo de participación? ¿De qué manera se produciría el cambio en los medios?

El papel imaginado de los medios varió según el nivel de influencia de las organizaciones de medios sobre el proyecto de monitoreo: en el polo de conservación, las personas participantes concibieron una colaboración activa de los medios en la que de manera encubierta e informal personas de alta jerarquía en las organizaciones de medios acceden a los datos —lo que implica permitir la intervención de los medios ante resultados disputados o con el potencial de afectar la reputación de los medios. En el polo de subversión, las personas participantes enfatizaron el recibir una explicación detallada del método del monitoreo antes de la observación: “Si quieren cambiar, pues qué padre, de eso se trata, y, si no quieren cambiar, pues ya están avisados y el próximo *fregadazo* pues ya lo entendieron, ¿no?” (A, 20 años de experiencia). Los testimonios en este polo imaginaron estas explicaciones como públicas, formales y dirigidas a cualquier persona interesada.

De manera implícita, se presentaron dos modelos de cambio: desde el polo de conservación, es crucial involucrar a personas tomadoras de decisiones en todo proyecto que pretenda impulsar cambios en los medios. Debido a la tensión entre medios y academia, es además importante que estas personas sientan que son tomadas en cuenta: “Que me tomen en cuenta, que te interesa saber qué opino, cuando a mí me interesa ver por qué opinas eso cuando haces ese juicio de un retazo que tomas de un programa, ¿no?” (B, 35 años de experiencia).

Desde el polo de subversión, las personas participantes reconocieron los constreñimientos o falta de autonomía de las personas en los niveles de menor jerarquía, pero también expresaron su creencia en que también desde la exigencia de reporteros y reporteras hacia sus superiores puede empujarse un cambio en los medios de comunicación. Asimismo, enfatizaron la necesidad, primero, de difundir el proyecto de monitoreo; y, segundo, de preparar a las personas directamente involucradas en la producción de contenidos. Esto último fue varias veces expresado como un beneficio para el *gremio*, es decir, para una comunidad imaginada de periodistas.

Conclusiones

Numerosos esfuerzos alrededor del mundo se han enfocado en vigilar la actuación y la estructura de las organizaciones de medios a través de proyectos de observatorio, monitoreo y veeduría emprendidos de manera externa al campo periodístico por la academia y la sociedad civil y a partir de los cuales se han generado valiosas reflexiones (Aceves González, 2011; Castellanos, 2010; Gallagher, 2001; Galtung, 1995; Larrosa, 2020; Rey, 2003; Ryan et al., 2006). Las experiencias de monitoreo, sin embargo, no suelen acompañarse de observaciones centradas en comprender de qué manera las personas al interior del campo periodístico consumen e interpretan estos proyectos, aspecto crucial para diseñarlos, evaluar sus resultados y discutir su potencial de incitar el cambio y la autorregulación de los medios de comunicación. En este sentido, este estudio es único al centrarse en la subjetividad de las personas cuya práctica es monitoreada.

Los proyectos de monitoreo y evaluación de medios buscan influenciar la práctica periodística sobre la base de la perspectiva académica con frecuencia asumiendo acríticamente que el campo académico es superior en su legitimidad y autoridad epistémica. El análisis realizado, basado en la teoría del campo, permite apreciar, por un lado, las complejidades de las dinámicas al interior del campo periodístico, en donde se manifiestan competencias por la definición de las reglas del juego y por el acceso al capital producido en el campo periodístico; y, por otra parte, las relaciones entre campos: hablamos en este caso de dos campos, academia y periodismo, que aspiran ambos a imponer “la visión legítima del mundo social” (Benson & Neveu, 2005, p. 6). Advertir esto permite entender las motivaciones e incentivos para la acción de los distintos actores involucrados.

En concreto, la investigación reveló diferencias al interior del campo periodístico acerca de cómo posicionarse frente a una evaluación realizada desde un campo externo (la academia). Estas ideas se agruparon en dos polos: conservar el campo y subvertir el campo. El polo de conservar el campo se enriqueció con ideas que emergieron en mayor medida en los discursos de personas con mayor jerarquía y experiencia en el periodismo (es decir, personas con mayor capital). Estas personas tendieron en mayor medida a cuestionar la legitimidad de la academia, a fundamentar las decisiones de cobertura en valores periodísticos como la relevancia y la actualidad y a considerar la evaluación de los medios exclusivamente como un instrumento para que se cumpla la ley (en este caso de estudio, el principio de equidad establecido en la ley electoral).

En contraste, el polo de subvertir el campo se enriqueció mayormente con ideas que emergieron en los discursos de personas de medios de menor jerarquía, pero que han estado en mayor contacto con la academia (por ejemplo, al ser personas egresadas de programas educativos relacionados con el periodismo y la comunicación, que ejercen la docencia, o que participan en organizaciones de la sociedad civil). En este polo predominaron consideraciones sobre los beneficios para los medios de la retroalimentación realizada por un actor neutral externo al campo y sobre obstáculos para el cambio en los medios relacionados con la falta de voluntad de los dueños de los medios y la falta de autonomía del campo periodístico frente al campo político.

De los puntos anteriores desprendemos las siguientes recomendaciones: la rica variedad de discursos obtenida sugiere que quienes pretendan realizar un proyecto de evaluación de medios deben, en primer lugar, buscar entender las dinámicas al interior del campo periodístico y entre los campos del periodismo y la academia, anticipar las interpretaciones sobre el proyecto de los actores al interior del campo, así como sus incentivos específicos —en donde caben la formación de capital cultural, como los saberes y capacidades, y de capital simbólico, como el prestigio y la credibilidad. En segundo lugar, se debe construir una relación con los medios durante cada una de

las distintas fases de elaboración del proyecto de monitoreo: en la fase anterior a la implementación, aclarar los criterios de evaluación y ajustarlos si es necesario; durante la implementación, brindar retroalimentación oportuna; al final de la implementación, construir un espacio de reflexión sobre los resultados. La tabla incluida en la sección de resultados proporciona un mapa de distintas posibilidades al respecto, así como sus ventajas y desventajas.

Como limitaciones de esta investigación deben reconocerse, primero, que los resultados y conclusiones de esta investigación provienen de una muestra pequeña de personas participantes representativas de un caso específico: la recepción en el campo periodístico de un proyecto de monitoreo de la cobertura electoral en radio y televisión. Por tanto, estos resultados no son generalizables, si bien constituyen un análisis reflexivo susceptible de ser *transferido* a otros contextos. En segundo lugar, las deficiencias en la difusión del proyecto de monitoreo limitaron el rango de los discursos de las y los periodistas sobre este: en algunas entrevistas se apreció que las personas participantes no estaban suficientemente enteradas ni sobre las características específicas del proyecto ni sobre otros proyectos de monitoreo que tienen como público objetivo a los mismos medios. Esta apreciación se consideró en sí misma un hallazgo valioso para fortalecer al mencionado proyecto de monitoreo. Finalmente, esta investigación estuvo centrada en el campo periodístico y su relación con el campo académico omitiéndose a otros actores involucrados que también deben ser incluidos en la planeación de este tipo de proyectos y su evaluación de resultados: las audiencias y las instituciones patrocinadoras del proyecto.

Referencias

- Aceves González, F. J. (2000). La investigación académica sobre el papel de los medios de comunicación en los procesos electorales en México. *Comunicación y Sociedad*, 37(2), 11-36. http://publicaciones.cucsh.udg.mx/pperiod/comsoc/pdf/37_2000/11-36.pdf
- Aceves González, F. J. (2011). El Instituto Federal Electoral (IFE) y el monitoreo de los medios: Efectos perversos de su institucionalización. *Contratexto*, (019), 13-34. <https://revistas.ulima.edu.pe/index.php/contratexto/article/download/182/158>
- Bélair-Gagnon, V., & Usher, N. (Eds.). (2021). *Journalism Research that Matters*. Oxford University Press.
- Benson, R., & Neveu, E. (Eds.). (2005). *Bourdieu and the journalistic field*. Polity.
- Bourdieu, P. (1990). *Sociología y cultura*. Grijalbo.
- Bourdieu, P. (2012). *Sobre la televisión*. Barcelona.
- Castellanos-Díaz, J. (2010). Ojos que no ven, opinión que no cuestiona. Observar a los medios, para alertar a sus públicos. *Panorama*, 4(8), 4. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4780069>
- Dahl, R. (1999). *La democracia. Una guía para los ciudadanos*. Madrid: Taurus.
- Gallagher, M. (2001). The push and pull of action and research in feminist media studies. *Feminist Media Studies*, 1(1), 11-15. <https://doi.org/10.1080/14680770120042774>
- Galtung, J. (1995). Prospects for media monitoring: much overdue, but never too late! *Javnost-The Public*, 2(4), 99-105. <https://doi.org/10.1080/13183222.1995.11008611>
- Goldkuhl, G., & Cronholm, S. (2010). Adding theoretical grounding to grounded theory: Toward multi-grounded theory. *International journal of qualitative methods*, 9(2), 187-205. <https://doi.org/10.1177/160940691000900205>
- Guerrero, M. A. (2008). *Medios de comunicación y la función de transparencia*. México: IFAI.

- Hartley, J. M. (2017). When Homo Academicus meets Homo Journalisticus: An inter-field study of collaboration and conflict in the communication of scientific research. *Journalism*, 18(2), 211-225. <https://doi.org/10.1177%2F1464884915608817>
- Larrosa, J. (2020). El diálogo entre observatorios de medios y los medios: una agenda pendiente. En Acosta García, R. (Coord.). *El diálogo como objeto de estudio. Aproximaciones a un proceso cotidiano y a su calidad* (171-190). ITESO.
- Maares, P., & Hanusch, F. (2022). Interpretations of the journalistic field: A systematic analysis of how journalism scholarship appropriates Bourdieusian thought. *Journalism*, 23(4), 736-754. <https://doi.org/10.1177/1464884920959552>
- Nordenstreng, K. (2001). Media and Democracy: Do We Know What to Do?. *Television & New Media*, 2(1), 57-63. <https://doi.org/10.1177%2F152747640100200114>
- Patton, M. Q. (2014). *Qualitative Research & Evaluation Methods: Integrating Theory and Practice*. Sage Publications.
- Rey, G. (2003). Ver desde la ciudadanía. Observatorios y veedurías de medios de comunicación en América Latina. *Revista Probidad* (15) 15, 1-9. <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/kolumbien/04198.pdf>
- Ryan, C., Anastario, M., & DaCunha, A. (2006). Changing coverage of domestic violence murders: A longitudinal experiment in participatory communication. *Journal of interpersonal violence*, 21(2), 209-228. <https://doi.org/10.1177%2F0886260505282285>
- Shoemaker, P. J., & Reese, S. D. (2014). *Mediating the message in the 21st century. A media sociology perspective*. Routledge.
- Strauss, A. (2003). *Qualitative analysis for social scientists*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Trappel, J. (2011). Why democracy needs media monitoring. In J. Trappel, H. Nieminen & L. Nord (Eds.). *The Media for Democracy Monitor: A Cross National Study of Leading News Media* (pp. 11-28). Nordicom.
- Trotter II, R. T. (2012). Qualitative research sample design and sample size: Resolving and unresolved issues and inferential imperatives. *Preventive Medicine*, 55(5), 398-400. <https://doi.org/10.1016/j.ypmed.2012.07.003>
- Tufte, T., & Mefalopulos, P. (2009). *Participatory communication: A practical guide* (Vol. 170). World Bank Publications.
- Waisbord, S. (2014). *Vox populista: Medios, periodismo, democracia*. Gedisa.