

LA MIRADA RECELOSA. LA PERCEPCIÓN DEL LECTOR SOBRE LA LIBERTAD DE INFORMACIÓN EN EL DIARIO *PREGÓN* DE JUJUY

Claudio Guillermo Avilés Rodilla
Universidad Nacional de Jujuy / CONICET (Argentina)
claudiogaviles@yahoo.com.ar

Resumen

El presente trabajo aborda los resultados de una investigación que logró brindar una aproximación a la construcción significativa vigente en un determinado segmento de lectores acerca de percepción del ejercicio de libertad de información en el diario *Pregón* de Jujuy.

La metodología empleada en la investigación fue de tipo cualitativa y el corpus estuvo determinado por los discursos verbales obtenidos a través de entrevistas a lectores de la prensa tradicional jujeña. Para el análisis de los datos obtenidos se utilizó la metodología Semiótica de Enunciados aplicada.

La representación social vigente en el segmento del público consultado configura a diario *Pregón* como un medio restringido en su libertad de información a partir de factores políticos y económicos que, a su vez, se perciben como intereses particulares de los propietarios de la empresa informativa. Resulta posible afirmar, que el público interpreta la existencia de restricciones sobre la libertad de información a partir de diversos elementos que se advierten en el propio espacio redaccional del periódico: omisiones informativas, estilo de redacción poco comprometido, imposturas, información complaciente, entre otras.

Palabras clave: público, lectores, libertad de información, diario *Pregón*, credibilidad.

Introducción

En la actualidad, el panorama mundial de la prensa tradicional presenta un estado de crisis de difusión e identidad que resulta amenazante para su futuro próximo. Asimismo, y cada vez con más fuerza, se vislumbra un problema generalizado a nivel mundial, y particularmente en América Latina, que tiene que ver con una sospecha permanente bajo la cual se encuentra la prensa tradicional, evidenciando cierta pérdida de credibilidad en la percepción de sus públicos. Sin embargo, gran parte de estas miradas analíticas se realizan desde una posición eminentemente teórica, a partir de análisis e interpretaciones formuladas desde la óptica de estudiosos del periodismo, quienes pueden analizar profundamente las distintas problemáticas que inciden y entran en juego en el ámbito de la producción informativa. Una carencia manifiesta en esta problemática se traduce en la escasez de trabajos de investigación que busquen comprender cuál es la efectiva percepción que el *público usuario* construye sobre la prensa en relación con su credibilidad, su producción y su calidad informativa. En este sentido, en la última edición del Congreso Mundial de Diarios realizada en Suecia en junio de 2008, se concluyó enfáticamente en la imperiosa necesidad de investigar y responder a las necesidades informativas de los públicos de los diarios con el objetivo de bregar por una mayor calidad informativa.

Ahora bien, en el marco de la problemática expuesta precedentemente, surge el interés inicial por abordar un estudio sobre la prensa de referencia en la ciudad de San Salvador de Jujuy y dar cuenta particularmente acerca de la percepción que construyen sus lectores sobre determinados valores influyentes en la credibilidad informativa.

Actualmente, en San Salvador de Jujuy se publican dos diarios impresos considerados de referencia:

- **Diario *Pregón*:** es el medio gráfico más antiguo de la provincia de Jujuy, con fecha de fundación en enero de 1956. Es un periódico matutino de edición diaria, impreso en formato sábana y con distribución a nivel provincial. Cuenta con producción y edición periodística propia realizada en la capital jujeña. El diario se imprime en rotativas de su propiedad ubicada en San Salvador de Jujuy.
- **Diario *El Tribuno de Jujuy*:** es un periódico matutino de edición diaria, impreso en formato tabloide y fundado en abril de 1980. Empresarialmente está vinculado con Diario El Tribuno de Salta y Tucumán. Cuenta con producción periodística a nivel local, pero el temario nacional e internacional se completa en la provincia de Salta, donde también se realiza la impresión de los ejemplares.

Estos dos medios prácticamente monopolizan la comunicación impresa local y se los puede clasificar como *prensa de referencia dominante*. La hegemonía de estos dos diarios se consolida a partir de una escueta e incipiente existencia de propuestas periodísticas de prensa. Si bien en la actualidad circulan en San Salvador de Jujuy otros semanarios periodísticos, estos carecen aún de influencia y presencia en el imaginario social, y sus propuestas informativas no se consideran alternativas sólidas.

Teniendo en cuenta estos datos preliminares, el tema de este trabajo de investigación se orienta a realizar una aproximación que permita conocer y describir rigurosamente cómo evalúa, caracteriza e interpreta significativamente el público lector jujeño capitalino a la prensa, en relación con la percepción de credibilidad, calidad informativa y su específica vinculación con el ejercicio de la libertad de información.

Ahora bien, con el propósito de acotar y enfocar el trabajo de análisis se optó por considerar para la investigación a un solo medio: **Diario *Pregón***, considerado, desde el punto de vista teórico, el principal diario de referencia de la provincia, por antigüedad, por mayor tirada e influencia política y social.

En síntesis, este trabajo tiene como objetivo aproximarse significativamente a la manera en que un grupo de lectores usuarios de diario *Pregón* construye su mirada sobre la credibilidad de este medio, enfocando el análisis en la representación social vigente acerca del ejercicio de la libertad de información periodística de *Pregón*. Interesa buscar coincidencias y disidencias entre los análisis teóricos propuestos sobre el periodismo y la prensa, desde la óptica de especialistas en el tema, con la construcción interpretativa que formula cotidianamente el lector común. Precisamente este trabajo tendrá al público lector como principal referente; y a través de un análisis de su discurso se procurará realizar un aporte al conocimiento de la forma en que se percibe y se interpreta la actividad general de la prensa en San Salvador de Jujuy.

Libertad de información: conceptualizaciones teóricas

Una variable considerada influyente en la percepción social de calidad y credibilidad informativa tiene que ver con el cuidado y la defensa del derecho a la libertad de información.

Muchos autores coinciden en que este derecho constituye un pilar fundamental para el mantenimiento del sistema democrático constitucional, ya que este sistema requiere (bajo una concepción ideal) una significativa participación de los ciudadanos en la vida pública, para lo cual resulta necesario que dichos ciudadanos estén debidamente informados. Por lo tanto, la libertad de información es un medio esencial para promover la deliberación política y la autodeterminación colectiva. Se interpreta con esto que una sociedad que no esté bien informada no será plenamente libre (Rabinovich, 2007).

El derecho a la libertad de información se integra en todo el conjunto de derechos y libertades planteado en el Derecho Humano a la Información. Este derecho abarca todo el haz de derechos y libertades universales que se dirigen a la libre expresión y a la comunicación pública de las ideas y de las noticias (Ekmekdjian, 1996). La consecución del derecho a la información implica que para que un sujeto universal satisfaga su derecho a recibir información, otro sujeto deberá cumplir con su obligación de informar. En efecto, la satisfacción del derecho a la información, es un acto de justicia (en su concepción más amplia), y debe estar orientado a un sujeto universal; sin perder de vista que la difusión de informaciones y opiniones debe estructurarse en beneficio del público (Soria, 1989).

Ahora bien, el concepto de *libertad de información* resulta una superación y se plantea como sustitución del concepto de libertad de prensa, reflejando la necesaria evolución a partir de la aparición de nuevos medios de comunicación, sumado a una transformación más profunda en el orden jurídico. La libertad de información plantea un destinatario muy claro, la colectividad, y cumple una función específica, la formación de la opinión pública. El nuevo contenido del concepto de libertad de información ya no se circunscribe sólo a la libertad de difundir, sino que incluye también la libertad de recibir la información. Este concepto se constituye a partir de las declaraciones de derechos, convenciones internacionales y constituciones que surgieron en los últimos sesenta años (Loreti, 2005).

Sin embargo, se puede establecer que las bases fundamentales del concepto de derecho a la información, dentro del cual se encuadra la libertad de información, surgen a partir de la Declaración de Derechos Humanos adoptada por la Organización de Naciones Unidas, en su artículo 19, con el siguiente texto adoptado y proclamado por la Asamblea General en su resolución 217 (III), del 10 de diciembre de 1948:

“Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión”.

Como explica Damián Loreti, la libertad de información y el derecho a la información plantean bases y principios fundamentales como por ejemplo, “que nadie debe ser molestado a causa

de sus opiniones; que no debe existir la censura previa ni la indirecta que genere autocensura; que se debe privilegiar el evidente interés público por sobre el individual cuando se trata de afecciones al honor de los funcionarios u otras personas de reconocimiento público; que las sanciones penales (como figura de castigo y no de reparación) son intimidatorios y cercenan la libertad de expresión cuando mediante ellas se intenta proteger el honor de funcionarios o personas de reconocimiento público o personas que, sin tenerlo, se involucren en cuestiones de interés público; (...) que los obstáculos indirectos a la circulación de información u opiniones violan el derecho a la información” (Loreti, 2005:18-19).

Desde el lado de la prensa, el principio básico que regula el ejercicio de la libertad de información es el que prohíbe absolutamente la *censura previa* en la expresión de ideas y de noticias. Se entiende por censura previa a cualquier tipo de medida que impida, limite o dificulte que las noticias u opiniones sean publicadas en los medios y lleguen así a la opinión pública (Nespral, 1999). Este principio se sustenta, entre otros, en el hecho de que deberá ser el periodista y la empresa periodística quienes se autorregulen en el manejo y la difusión de la información, y deberá ser la audiencia o los lectores quienes los controlen (Miró Quesada, 2005).

Ahora bien, Bernardo Nespral (1999) enumera una serie de formas de censura directa en la práctica periodística; entre los que se mencionan las agresiones a periodistas, la clausura de medios, el retaceo en el suministro del papel prensa, entre otros. De esa serie de tipos de censura, se considera oportuno destacar dos:

- El no reconocimiento por parte de la empresa informativa al periodista su libertad de conciencia en la redacción de una nota o en la difusión de noticias
- La indicación a un periodista (eventualmente a un entrevistado) qué es lo que puede decir y que no.

Estos dos tipos de censura destacan formas que se gestan desde el interior de la prensa y los medios de información. Se relaciona con formas denominadas como *restricción*, ejercidas por parte de personas que, de alguna u otra manera, interfieren en el trabajo libre e independiente de los periodistas. A estas restricciones Javier Restrepo (2006) las denomina “censura sutil” e identifica como principales responsables a propietarios de los medios, directores, editores y jefes de redacción.

Asimismo, Amalia Eisayaga (2007) explica que las restricciones internas en la prensa se efectivizan cuando se les impone los temas que se deben tratar y los que no se deben mencionar bajo ninguna circunstancia, a través de la determinación explícita de una agenda que muchas veces se acerca más a los intereses de poder que a los de la ciudadanía. “Para perpetuar dicha agenda, los propietarios exigen la publicación de notas dedicadas a fundaciones o actividades políticas con las que tienen vinculaciones estrechas (que terminan siendo artículos que exceden en su dimensión y tratamiento el interés periodístico); censuran – directa o indirectamente– textos y nombres que no les resultan convenientes; y aplican el método del miedo (por ejemplo, disciplinando a los periodistas a través de despidos y

sanciones) hasta que la línea editorial queda prendida a fuego en la sala de redacción (Eisayaga, 2007: 63).

Ahora, es posible considerar también formas de “censura indirecta” que restringen la libertad de información y que están íntimamente vinculadas con la relación que entablan los medios de prensa con distintos actores y sectores políticos y de gobierno, y el uso por parte de estos de los recursos para publicidad. En este sentido, Raúl Trejo Delarbre (1995) remarca que, en muchos casos, el principal criterio que define la existencia de muchos diarios no es la venta o el ingreso económico por parte de la publicidad comercial, sino su relación directa con el sector político y la publicidad política. Y señala también que este tipo de publicidad no siempre aparece como tal sino que muchas veces no suele distinguirse entre el material de redacción y textos pagados. De esa manera los intereses económicos diluyen, muchas veces, los criterios éticos del periodismo; y la competencia entre los medios ya no se plantea en términos de consolidación de audiencias o lectores, sino en una puja constante por recibir mayor adhesión del mundo político.

El Estado, dentro de su presupuesto de gobierno, posee determinados recursos financieros para la comunicación de actos de gobierno y diversas cuestiones de interés público; conocido también como “publicidad oficial”. Sin embargo, utilizar dichos recursos para premiar a los medios de información afines y/o castigar a los críticos u opositores constituye una restricción a la libertad de información.

Como se planteó en un trabajo de investigación realizado por la Asociación por los Derechos Civiles y la Iniciativa Pro-Justicia de la Sociedad Abierta (2005), denominado “Una Censura Sutil”, el mecanismo de censura mediante el uso de la publicidad oficial se realiza básicamente mediante dos formas:

- a) *Retiro o negación de publicidad oficial*: cuando retira o se niega la pauta de publicidad estatal a medios con postura crítica u opuesta al gobierno de turno, a los efectos de sancionarlos.
- b) *Asignación abusiva de publicidad oficial o subsidios ocultos*: a medios cuyo contenido generalmente no critica a la administración de gobierno o se comportan de manera “amigable”. Generalmente, estos casos resultan más difíciles de cuestionar públicamente que los anteriores, ya que los gobiernos poseen un amplio margen de discrecionalidad en el uso de sus recursos publicitarios.

Sin embargo, resulta necesario aclarar que no cualquier retiro o distribución selectiva de publicidad oficial constituye una violación a la libertad de información. Como explica Eleonora Rabinovich (2007), citando a la Relatoría para la Libertad de Expresión de la OEA, “no existe un derecho intrínseco a recibir recurso del Estado por publicidad. Solo cuando el Estado asigna estos recursos en forma discriminatoria se viola el derecho fundamental a la libre expresión. Un Estado podría negar la publicidad a todos los medios de comunicación, pero no puede negarle ese ingreso solo a algunos medios con base a criterios discriminatorios” (Informe Relatoría 2003: Capítulo V, punto 12).

En definitiva, las restricciones a la libertad de información se producen cuando el Estado otorga o retira sus recursos financieros como consecuencia directa del contenido informativo que se produce en la prensa o en los otros medios. Ahora bien, estas presiones o restricciones por parte del Estado, más allá de casos específicos, tienen un efecto inhibitorio dominó sobre los otros medios. Como explica Rabinovich (2007), el mensaje que envía el Estado con la quita publicitaria a causa de los contenidos editoriales críticos impacta en todos los demás medios de información, que muchas veces optan por condicionar sus contenidos o autocensurarse para no sufrir las mismas represalias. La situación se agrava aún más cuando los medios dependen para su subsistencia casi exclusivamente de la publicidad oficial, como ocurre particularmente en la ciudad de San Salvador de Jujuy. En este sentido, la debilidad financiera de los medios, que se traduce en una precarización laboral de los periodistas sumado a la falta de oportunidades laborales, convierten a los medios informativos en instituciones dependientes y extremadamente vulnerables al efecto inhibitorio del abuso de la publicidad oficial. En efecto, en un estudio realizado por César Arrueta (2005) sobre las rutinas informativas de diario *El Tribuno de Jujuy*, se puede advertir que los periodistas de dicho medio evalúan a la dependencia respecto a la publicidad oficial como una situación altamente condicionante de la libertad de información. Así también, aparecen en dicho estudio en menor medida, otros factores de riesgo como las presiones públicas o privadas de personas ligadas al poder político, la dependencia de la publicidad privada y la cooptación económica dentro del ejercicio profesional. Entre los periodistas entrevistados, se planteó también, que el mayor grado de condicionamientos y restricciones sobre la libertad de información ejercida sobre diario *El Tribuno de Jujuy* provenía, en un mismo nivel de jerarquía, desde el gobierno, los anunciantes publicitarios y desde la propia empresa periodística. Ante este panorama, Amalia Eisayaga (2007) plantea un factor preocupante, que se traduce en la existencia de cierta pasividad y hasta resignación por parte del periodismo, como si la situación fuera imposible de modificar. Ante todo lo expuesto, es posible esbozar un escenario general que presenta a la libertad de información en deterioro, a partir de diversas dificultades, presiones, restricciones, censuras y autocensuras. Pero también, resulta necesario interrogar hasta qué punto el público usuario de los medios de información percibe este conjunto de dificultades que afecta el ámbito intrínseco de la actividad periodística y la libertad de información. En el caso de la prensa, el lector común, ¿llega efectivamente a advertir relaciones entre las empresas periodísticas y el poder político, retiro o asignación abusiva de publicidad oficial?, por poner algún ejemplo. Estos interrogantes devienen en los ejes motivadores del presente trabajo de investigación. En efecto, resulta necesario recordar una vez más que el concepto fundamental del derecho a la información plantea que ésta “no es para las empresas periodísticas, ni para sus dueños o accionistas, ni siquiera es para los periodistas, es para el ciudadano que tiene en ella la garantía de que encontrará una información libre en los medios de comunicación” (Restrepo, 2005a:4). Sin embargo, apelar a productos informativos de calidad, de alta credibilidad y que respondan a las necesidades de la comunidad, necesita de un mayor grado de conexión con el público. Por ello, desde este trabajo se procura fundamentalmente posicionar al público usuario

de la prensa como máximo referente de la investigación y no simplemente como una configuración desde lo teórico.

La Libertad de Información de diario *Pregón* desde la óptica del público

La variable analítica considerada influyente en la representación social de la calidad y credibilidad informativa de diario *Pregón* tiene que ver con el derecho a la libertad de información y la manera específica en que el público consultado para esta investigación percibe el ejercicio de este derecho.

Para la realización del presente trabajo de investigación se optó por la utilización de una metodología de tipo cualitativa y el corpus de investigación estuvo determinado por los discursos verbales obtenidos a través de entrevistas a un conjunto de treinta personas caracterizadas como público usuario de diario *Pregón* de Jujuy. Las entrevistas se realizaron entre octubre de 2007 y enero de 2008. El criterio inicial de elección de los entrevistados respondió a tres variables fundamentales: 1) que cuenten con una edad variable entre 21 y 65 años, 2) que sean económicamente activos o pertenecientes a una estratificación social media, y 3) que sean lectores habituales de *Pregón*, con una frecuencia de lectura de por lo menos 3 veces por semana.

Por otra parte, un segundo criterio fundamental para la conformación del corpus de investigación, respondió a que el conjunto de los entrevistados sea representativo de distintos sectores sociales. Este criterio de selección se sustenta fundamentalmente en uno de los supuestos de la Semiótica Cognitiva, el que sostiene que las posibilidades discursivas de una persona no son de carácter individual sino que necesariamente se comparten con la comunidad o sector social a la que pertenece dicho productor del discurso. Finalmente, para realizar el análisis e interpretación de los datos obtenidos de las entrevistas se optó por la utilización de la metodología Semiótica de Enunciados aplicada.

Ahora bien, a partir del análisis realizado se pudo determinar que sólo ocho entrevistados (del total de treinta) manifestaron percibir que diario *Pregón* posee libertad de información para el desarrollo de su actividad periodística. Si bien gran parte de este segmento de público opinó sin brindar explicaciones sólidas sobre sus posiciones, es posible desagregar algunos puntos de vista interesantes. Por ejemplo, algunas personas manifiestan su opinión a partir de supuestos, sin contemplar la información que publica el medio; de esta manera se opina, un tanto inocentemente, que la empresa *Pregón* debe tener libertad de información debido a que posee suficiente capital económico como para respaldar dicho ejercicio de la libertad. En este sentido, se interpreta también que la fortuna económica que poseen los propietarios de *Pregón* resulta una especie de escudo que impide que se ejerzan cualquier tipo de restricciones sobre el medio. Por otra parte, otros entrevistados manifestaron estar seguros de que *Pregón* posee libertad de información ya que el diario publica la misma información que se puede apreciar en otros medios. Esta mirada, quizá un tanto acrítica, se sustenta en un supuesto simplista que afirma, textualmente, que "la libertad de expresión sí existe (en diario *Pregón*) porque vemos

que en el diario hay información, está la información que todos manejamos y que también la vemos en la televisión”.

Como contraparte de las opiniones de este segmento, es posible identificar a veintidós entrevistados (del total de treinta) que expresaron percibir que diario *Pregón* no tiene libertad de información o bien posee un ejercicio de la libertad parcializado o limitado. En efecto, muchos entrevistados opinaron que *Pregón* sólo posee libertad de información en ámbitos temáticos que no resultan delicados ni afectan a determinados sectores políticos y/o económicos. Asimismo, se opinó mayoritariamente que el ejercicio de la libertad de información se encuentra coartado a partir de bastantes y diferentes tipos de restricciones que operan sobre las rutinas de trabajo periodístico; y que incluso se las llegó a calificar como “censura previa”.

Ahora bien, resulta interesante destacar la manera en que muchos entrevistados observan e interpretan la presencia de restricciones que afectan el ejercicio de la libertad de información en *Pregón*. En este sentido, algunos entrevistados manifestaron percibir la presencia de restricciones a partir de las personas, instituciones y/o actores respecto de los cuales *Pregón* habla o calla en la producción de sus noticias. Los lectores perciben que *Pregón* omite deliberadamente determinadas noticias y/o informaciones; omisiones, que para algunas personas consultadas, responden exclusivamente a diversas restricciones que llevan a que el diario sólo publique la información “que se puede”. Se interpreta que la información que se *puede publicar* es aquella que se le establece al diario a partir de presiones o imposiciones desde distintos sectores influyentes. Para otras personas consultadas, estas presiones y restricciones llevan a que *Pregón* deba callar y ocultar a la comunidad numerosas informaciones; muchas de ellas consideradas sumamente importantes para el interés social. En una línea de pensamiento similar, otros entrevistados manifestaron percibir restricciones en *Pregón* a partir de la manera en que el diario construye la redacción de las noticias; muchas veces con excesivo uso de expresiones condicionales, con imprecisiones informativas aparentemente intencionales y con un abordaje muy tibio y carente de compromiso con variadas temáticas.

Asimismo, resulta oportuno aclarar, que gran parte de los entrevistados no considera a *Pregón* sólo como víctima de restricciones que afectan su libertad de información. Además de esto, se percibe a *Pregón* como actor protagonista de diversas relaciones, en las que operan determinados intereses, a partir de los cuales el propio diario pactaría determinadas acciones que atentan, desde el punto de vista del público, contra el pleno ejercicio de la libertad de información.

A partir de lo expuesto precedentemente, resulta posible constatar la presencia de restricciones sobre la libertad de información de diario *Pregón* en la representación social del público consultado para este trabajo. Asimismo, las explicaciones que el público entrevistado propone sobre la percepción de restricciones en la libertad de información de *Pregón*, se pueden discriminar en tres categorías explicativas a partir de las cuales se configuraría la representación social del público sobre la percepción de carencia de libertad de información en

diario *Pregón*: *Restricciones e Intereses Políticos, Restricciones e Intereses Económicos y Restricciones Internas sobre los Periodistas*.

Percepción de restricciones e intereses políticos

Diversos entrevistados expresaron percibir que la ausencia y/o limitación que tiene diario *Pregón* en el pleno ejercicio de su libertad de información responde a restricciones y juegos de intereses con determinados sectores políticos y principalmente con el gobierno oficial. En efecto, en las opiniones vertidas por el público consultado se pueden distinguir posiciones en las que *Pregón* ocupa el papel de víctima de restricciones políticas que lo afectan en su libre trabajo periodístico; y por otra parte se representa a *Pregón* como protagonista activo de relaciones en las que se negocian compromisos con beneficios compartidos entre el diario y sectores políticos y de gobierno.

En efecto, muchos entrevistados manifiestan que *Pregón* es un medio en el que los políticos presionan de distintas formas para que se publique solamente información que convenga a dichos sectores. Desde este punto de vista, parte del público interpreta que *Pregón*, a partir de estas restricciones, sólo publica información que no aborde temáticas delicadas para los sectores políticos influyentes; consecuentemente cuando se estima que una información afecta negativamente a “las cabezas del poder” político, simplemente no se publica o bien se la publica tergiversada para aligerar el impacto negativo.

Ahora bien, para algunos entrevistados esa relación con el gobierno y con diversos sectores políticos no sólo tiene un carácter restrictivo sino también se juegan intereses para la propia empresa informativa. Sin bien, en parte se percibe que esos intereses pueden llegar a tener costados intrínsecamente ideológicos y políticos, la mayoría de los entrevistados opina que las restricciones y los intereses en juego entre *Pregón* y el mundo político rondan entorno a la publicidad oficial.

Varias opiniones del público consultado manifestaron conocer que las empresas periodísticas jujeñas dependen, casi exclusivamente, de la publicidad del Estado para su subsistencia. Asimismo, *Pregón* fue incluido dentro de esa relación de dependencia financiera con el gobierno, independientemente del amplio capital económico que detentan los propietarios de este diario.

A partir de dicha dependencia económica, algunos entrevistados interpretan que el gobierno ejerce determinada presión sobre *Pregón* que incide y determina el contenido informativo que publica el medio. Sin embargo, se interpreta también, que dicha presión no resulta unidireccional por parte del gobierno sino que el propio diario juega un papel activo en dichos pactos y negociaciones. Para el público entrevistado, entre *Pregón* y los actores políticos de gobierno se entretajan relaciones con intereses y beneficios para ambos sectores. Diversos entrevistados interpretan que el diario accede a publicar información cuidada, que no afecte negativamente al gobierno, silencia información comprometida, resalta bondades específicas de funcionarios e instituciones; y a cambio obtiene el permanente y cuantioso ingreso económico proveniente de la publicidad oficial.

Para muchos entrevistados la relación que mantiene diario *Pregón* con el gobierno es muy fuerte y se encuentra estrechamente marcada, situación que es percibida de manera negativa por el público. Asimismo, el público advierte dicha vinculación, simplemente, a partir de la lectura de las páginas del diario; en función de la cantidad y variedad de avisos publicitarios oficiales y a partir del manejo informativo que produce *Pregón*. Ese manejo informativo responde a omisiones informativas, tergiversación de la información, publicación de información complaciente y de apoyo permanente al gobierno de turno o sectores políticos relacionados.

En definitiva, las estrechas vinculaciones que el público consultado percibe entre diario *Pregón* y el Gobierno y/o sectores políticos relacionados, conduce a que se califique a *Pregón* como un diario marcadamente “oficialista”, independientemente del signo político de los gobernantes de turno. Asimismo, queda corroborado que, para el público, dichas vinculaciones y juego de intereses afectan y condicionan directamente la libertad de información de *Pregón* y consecuentemente la credibilidad del diario se coloca bajo un manto de sospecha permanente.

Percepción de restricciones e intereses económicos

Además de la percepción de restricciones y vinculaciones políticas, gran parte de los entrevistados manifestaron que la libertad de información de diario *Pregón* se encuentra afectada y condicionada a partir de una serie de restricciones y juego de intereses de orden estrictamente económico y empresarial. Si bien gran parte de los entrevistados son conscientes de que los ingresos por publicidad resultan el principal sustento económico de un diario, la mayoría interpreta que los negocios publicitarios que pueda realizar el medio no debe entremezclarse con la información y las noticias que publica. Cuando el público percibe cierta manipulación informativa en beneficio de relaciones económicas y empresariales, de alguna manera se siente engañado y rebajado como ciudadano.

En efecto, diversos entrevistados manifestaron que la conveniencia económica de diario *Pregón* indudablemente está coartando el pleno ejercicio de la libertad de información. Se interpreta que los factores económicos, de alguna manera, “compran” gran parte de la libertad y consecuentemente no permiten que se pueda mostrar la realidad de forma veraz y completa. Para el público, *Pregón*, en esta situación, no cumple un papel de víctima indefenso de presiones económicas, por el contrario se considera que los intereses empresariales del mismo diario trascienden los intereses y las necesidades informativas de la comunidad en general; y la información que se publica, muchas veces, responde exclusivamente a la consecución de beneficios económicos.

En general, muchos entrevistados interpretan que en el juego de intereses económicos *Pregón* asume el compromiso y “la obligación de no hablar mal del cliente”. Para el público, ese precepto implica silenciar y omitir cualquier tipo de información que de alguna manera pueda afectar el prestigio y la reputación de las empresas o personas físicas anunciantes; priorizando siempre la relación económica por encima de la necesidad informativa del público en general.

Por otra parte, el público advierte cierta tendenciosidad y mezcla de contenido publicitario dentro del espacio redaccional informativo de *Pregón*. En este sentido, muchos entrevistados perciben y califican negativamente el hecho de que *Pregón* venda gran parte del espacio de noticias y se presenten grandes comentarios publicitarios disfrazados de notas informativas; las llamadas “publinotas”. De esta manera, se interpreta que eventualmente muchas de las decisiones informativas de *Pregón* responden exclusivamente a las conveniencias del cliente anunciante.

Percepción de restricciones internas sobre los periodistas

Ahora bien, a partir del análisis de las manifestaciones del público entrevistado, resulta viable interpretar que las dos categorías explicativas anteriores confluyen y operan a partir de restricciones que se efectivizan en el interior de diario *Pregón*. En efecto, se podría decir que el público consultado percibe que las limitaciones a la libertad de información se generan en el propio diario, de manera intrínseca, a partir de un celoso control de la información que se publica y también a partir de diversas limitaciones sobre el trabajo de los periodistas de *Pregón*. Según las opiniones vertidas por el público consultado, son los periodistas de *Pregón* los que efectivamente sufren diversas formas de restricción que consecuentemente coartan el pleno ejercicio de la libertad de información. Según palabras de los entrevistados “los periodistas de diario *Pregón* básicamente no tienen libertad para trabajar” ya que se encuentran “sumamente restringidos”. Dichas restricciones, según la opinión del público, adquieren diversas características distintivas. En principio, se considera que un tipo de restricción que sufren los periodistas de *Pregón* tiene que ver con una imposición preestablecida sobre lo que se puede y lo que no se debe informar. Se interpreta que desde la dirección del diario se establece una agenda de los recorridos informativos que debe cumplir cada periodista; agenda que se configura a partir de los compromisos e intereses políticos y económicos mencionados precedentemente. Igualmente, un par de entrevistados entienden que la limitación a los periodistas alcanza a imponerles la manera en que deben desarrollar el recabado de información; qué preguntar, qué no preguntar, qué detalles abordar, cómo tratar a ciertas personas públicas, entre otras cosas; siempre tratando de evitar perjudicar los intereses económicos y políticos.

Siguiendo esta línea interpretativa, un segmento del público percibe que los periodistas que pretenden brindar información por fuera de lo preestablecido por la dirección del diario resultan censurados previamente. Para algunos entrevistados, dicha censura se suele aplicar sobre noticias completas, que directamente no se publican, o bien se recorta parte del contenido informativo que eventualmente se considera que puede afectar los intereses y compromisos asumidos por el diario.

Otro tipo de restricción, según un segmento del público, opera sobre los periodistas nuevos o principiantes. Se interpreta que a estos periodistas se los limita a responsabilizarse de secciones temáticas del diario que se consideran “blandas”, como las secciones de deportes o espectáculos. De esta manera, se percibe que la limitación a dichas secciones, responden a

que los periodistas no puedan desempeñarse libremente ni influir de ninguna forma en contenidos temáticos delicados, como política o economía, que puedan llegar a alterar la estabilidad empresarial del medio.

Finalmente, otro tipo de restricción que el público observa sobre los periodistas de *Pregón* tiene que ver con la imposibilidad de firmar las noticias que producen. Dicha limitación configura una sospecha en un segmento de lectores ya que se interpreta que el anonimato de los periodistas implica y esconde toda una serie de presiones que sufren estos. Presiones que se relacionan con eventuales despidos ante errores que afecten los intereses del diario.

En conclusión, desde el punto de vista del público, toda la serie de limitaciones que se interpreta que sufren los periodistas desde la dirección de *Pregón* atenta de manera directa contra la libertad y el derecho a recibir información del público, no permitiendo que los periodistas se desenvuelvan profesionalmente pudiendo hacer un trabajo periodístico serio, completo y profundo, como lo demanda la sociedad.

Ahora bien, además de las limitaciones sobre los periodistas, muchos entrevistados interpretan que en *Pregón* se producen restricciones sobre la información final a publicar. Se percibe que con el precepto de proteger los intereses económicos y políticos, los propietarios y directivos del diario “chequean todo” y “dan aprobación o no” a la información que producen los periodistas. En función de la línea política, ideológica y de los diversos intereses creados, propietarios, directivos y editores, deciden “a puertas cerradas” el contenido informativo final que se imprime en el diario; las decisiones, según el público, pasan por definir qué noticias conviene publicar, cuáles no, cómo se publican las notas, qué reformas redaccionales son necesarias, entre otras cosas.

Asimismo, algunos entrevistados manifestaron haber enviado reiteradamente a *Pregón* información importante y cartas de interés social para su publicación, que fueron desatendidas y omitidas por los responsables del diario. De esta manera consideran que el diario no ofrece ningún espacio para que la comunidad pueda ejercer su derecho a expresarse y brindar información de manera libre.

Para muchos de los entrevistados, todas las limitaciones a periodistas y las decisiones finales de los responsables de *Pregón* no responden efectivamente a los intereses y al bien de la comunidad, sino exclusivamente a respetar compromisos políticos y a cuidar intereses económicos del propio medio de información. Para el público, la libertad de información se encuentra seriamente dañada y eventualmente carece de expectativas de cambios, en tanto el periodismo continúe con las reglas de juego y la forma de trabajo que prevalecen en la actualidad.

A modo de cierre

Como se expuso hasta aquí, la percepción social vigente en el segmento del público consultado configura a diario *Pregón* de Jujuy como un medio restringido en su libertad de información a partir de factores políticos y económicos que, a su vez, se constituyen en intereses particulares de los propietarios de la empresa informativa. Resulta posible afirmar,

que el público interpreta la existencia de restricciones sobre la libertad de información a partir de diversos elementos que se advierten en el propio espacio redaccional del periódico: omisiones informativas, estilo de redacción poco comprometido, imposturas, información complaciente, entre otras. El costado político que, según el público, restringe la libertad de información de *Pregón* opera de dos maneras, a través de eventuales presiones y condicionamientos que posicionan a *Pregón* en rol de víctima de limitaciones en su libre trabajo periodístico; y por otra parte, se representa a *Pregón* como protagonista de relaciones en las que se negocian compromisos con beneficios compartidos entre el diario y sectores políticos y de gobierno, generalmente en torno a la publicidad oficial. A su vez, el factor económico comercial se percibe como otro limitante para el pleno ejercicio de la libertad de información. En este sentido, los lectores interpretan que, en la actualidad, los intereses empresariales de diario *Pregón* trascienden los intereses y las necesidades informativas de la comunidad en general y la información que se publica responde preferentemente a la consecución de beneficios económicos.

Se estima que la aproximación obtenida sobre la representación social vigente en el público usuario de diario *Pregón* de Jujuy resulta un eslabón que coadyuva a complementar y/o a corroborar diversos estudios y posturas que existen sobre la actividad periodística en general y sobre la prensa en particular, que muchas veces se presentan desde una posición prominentemente teórica. Específicamente, se logró corroborar que el público usuario de la prensa jujeña demanda a la prensa el cumplimiento de determinados valores y prácticas que son asociadas a un óptimo desempeño de la función del periodismo y que coinciden con los principales criterios valorativos expuestos desde variados códigos de ética periodística.

Bibliografía

- Alsina, Miguel Rodrigo. *La construcción de la noticia*. Buenos Aires. Ed. Paidós. 1989.
- Arrueta, César (comp.) *Sociedad, Estado y Medios de Comunicación. Aportes para pensar la responsabilidad comunicativa en Jujuy*. San Salvador de Jujuy. Ediciones de la Rueda. 2005.
- Asociación por los Derechos Civiles – Iniciativa Pro-justicia de la Sociedad Abierta. *Una Censura Sutil. Abuso de publicidad oficial y otras restricciones a la libertad de expresión en Argentina*. New York. Open Society Institute. 2005.
- Eisayaga, Amalia: «Desafío en la adversidad. Notas sobre los medios gráficos en San Salvador de Jujuy», en Agüero, Rubén; Arrueta, Cesar y Burgos, Ramón. *Sobresentidos. Estudios sobre comunicación, cultura y sociedad*. San Salvador de Jujuy. Ediunju. 2007.
- Ekmekdjian, Miguel. *Derecho a la información*. Buenos Aires. Ed. Depalma. 1996.
- Loreti, Damián. *América Latina y la libertad de expresión*. Bogotá. Grupo Ed. Norma. 2005.
- Martini, Stella. *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. Buenos Aires. Grupo Ed. Norma. 2000.
- Miralles, Ana. *Periodismo, opinión pública y agenda ciudadana*. Buenos Aires. Grupo Ed. Norma. 2001.

Nespral, Bernardo. *Derecho de la información. Periodismo, deberes y responsabilidades*. Buenos Aires. Ed. B de F. 1999.

Rabinovich, Eleonora: «Publicidad oficial y otras formas de censura en Argentina», en Agüero, Rubén; Arrueta, Cesar y Burgos, Ramón. *Sobresentidos. Estudios sobre comunicación, cultura y sociedad*. San Salvador de Jujuy. Ediunju. 2007.

Ramonet, Ignacio. *Medios de comunicación en crisis*. En Le Monde Diplomatique Ed. Española. Número de Enero 2005.

Restrepo, Javier. «La censura sutil» (consulta 635). Proyecto Periodismo para la Paz UNESCO-FNPI, en Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano. Cartagena de Indias. 2005^a.

Restrepo, Javier. «Consultorio ético» Ponencia dictada en el Encuentro Regional sobre Censura Indirecta. Buenos Aires. 2006.

Soria, Carlos. *La crisis de identidad del periodista*. Barcelona. Ed. Mitre. 1989.

Trejo Delarbre, Raúl: «*Prensa y Gobierno: las relaciones perversas, los medios, espacios y actores de la política en México*». En Comunicación y Sociedad N° 25 Universidad de Guadalajara. 1995.

CLAUDIO GUILLERMO AVILÉS RODILLA

Licenciado en Comunicación Social por la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Jujuy. Cursa el Doctorado en Comunicación de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata (cohorte 2009). Becario de Postgrado Tipo I del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET). Miembro investigador de dos proyectos de investigación en desarrollo: “Condiciones de producción, distribución, circulación y reconocimiento de bienes culturales industriales en Jujuy” y “Cartografías radiofónicas, audiencias y consumos radiales en la provincia de Jujuy” financiados por la Secretaría de Ciencia y Técnica y Estudios Regionales (SeCTER) de la Universidad Nacional de Jujuy. Profesor Adjunto de la cátedra “Periodismo” de la Universidad Católica de Santiago del Estero, Departamento Académico San Salvador.