

Periodistas frente a los monitoreos de medios: un análisis desde la teoría del campo¹

*Journalists facing media monitoring:
an analysis from field theory*

*Jornalistas diante do monitoramento
da mídia: uma análise a partir da
teoria de campo*

DOI: <https://doi.org/10.32870/cys.v2024.8717>

FRIDA V. RODELO²

<https://orcid.org/0000-0002-7547-2446>

ZARÍA CASILLAS OLIVARES³

<https://orcid.org/0000-0002-3822-0821>

Los monitoreos de medios no suelen acompañarse de indagaciones sobre la manera en que las y los periodistas consumen e interpretan estos proyectos. Mediante entrevistas, este estudio llena ese 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/subvertir el campo) estructurados en torno a la acumulación de capitales. 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, teoría de campo.

Experiences of media monitoring are not usually accompanied by inquiries about the way in which journalists consume and interpret these projects. This study fills that 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 the accumulation of capital. 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, field theory.

A monitorização dos meios de comunicação social não é normalmente acompanhada de inquéritos sobre a forma como os jornalistas consomem e interpretam estes projectos. Através de entrevistas, este estudo preenche esta lacuna de informação, concentrando-se na subjetividade dos jornalistas dos meios de comunicação monitorados. O estudo, baseado na teoria do campo de Bourdieu, revelou posições de monitoramento agrupadas em dois pólos (conservar/subverter o campo) estruturados em torno da acumulação de capital. Conhecer a dinâmica interna do campo jornalístico permitiu-nos compreender o seu grau de abertura à mudança.

PALAVRAS-CHAVE: Monitoramento, mídia, jornalismo, desenvolvimento midiático, teoria de campo.

Cómo citar:

Rodelo, F. V. & Casillas Olivares, Z. (2024). Periodistas frente a los monitoreos de medios: un análisis desde la teoría del campo. *Comunicación y Sociedad*, e8717. <https://doi.org/10.32870/cys.v2024.8717>

¹ Agradecemos los generosos comentarios y retroalimentación al presente texto otorgados por el Dr. Francisco Javier Cortázar Rodríguez, así como por quienes dictaminaron de forma anónima este artículo. Este estudio fue posible gracias al Programa de Apoyo a la Mejora en las Condiciones de Producción de los Miembros del SNI y SNCA (PROSNI) de la Universidad de Guadalajara, México.

² Universidad de Guadalajara, México.

frida.rodello@academicos.udg.mx

³ Universidad de Guadalajara, México.

zaria@academicos.udg.mx

Fecha de recepción: 03/07/2023. Aceptación: 08/09/2023. Publicación: 08/05/2024.

INTRODUCCIÓN

La observación y monitoreo de medios son actividades realizadas 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 (Trappel, 2011) —por ejemplo, vigilar a los grupos con poder—; así como en qué medida asumen valores como la igualdad, la diversidad, el servicio público y la responsabilidad social. Un eje común en los proyectos de monitoreo y observación de medios tiene que ver con mejorar el desempeño 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 bajo la consigna de observar la producción de información periodística, asumiendo que de alguna manera esa vigilancia prevendrá abusos en las coberturas informativas y, sobre todo, la inequidad en los comicios (Aceves González, 2000, 2011). 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 promover 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, planteamos 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; y (3) A partir de los hallazgos de esta investigación, elaborar recomendaciones que permitan aumentar la incidencia de los proyectos de monitoreos de medios. Para cumplir estos objetivos, nos centramos en el caso del proyecto de monitoreo de la cobertura informativa durante elecciones en el estado de Jalisco (México), proyecto de monitoreo bien establecido, de gran escala y

alto impacto social potencial. Los datos se recabaron a partir de entrevistas cualitativas a personas de medios que colaboraron en los medios observados por este monitoreo.

MEDIOS, DEMOCRACIA Y MONITOREOS

Los modelos teóricos de la democracia plantean roles específicos para los medios de comunicación. 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). 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).

Una respuesta a estas necesidades ha sido el desarrollo de proyectos de monitoreo y observación de medios. La reflexión sobre esta práctica 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 & Mefalopoulos, 2009). Este aspecto ha sido ampliamente señalado: Galtung (1995), por ejemplo, apuntó que para que un monitoreo de medios sea fructífero es necesario el diálogo con los interesados acerca de las dimensiones de evaluación y que estas sean significativas para las personas involucradas. Gallagher (2001) y Ryan et al. (2006), constataron la impor-

tancia de usar los datos empíricos para acercarse a los periodistas y representantes de los medios de comunicación y establecer un diálogo constructivo con estos.

Desde Latinoamérica, asimismo, se ha detectado la necesidad de mejorar la incidencia social de los monitoreos y observatorios de medios a través de una mejor vinculación de los observatorios con los medios estudiados y con la sociedad (Castellanos Díaz, 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 González, 2000). Desde los estudios de periodismo también se han avanzado las consignas de aumentar el impacto social de la investigación 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).

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 Díaz, 2010; Gallagher, 2001; Ross & Carter, 2011; Ryan et al., 2006). Desde la sociología de los medios, Shoemaker y 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.

El acceso a los recursos del campo es desigual y determina la manera en que los periodistas reaccionan ante aspectos como la precariedad laboral (Hernández-Julián & Vera-Zambrano, 2020). 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, considera 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 su transformación cuando nuevos editores intentan distinguirse de lo que otros han hecho; sin embargo, al mismo tiempo, agentes recién llegados pueden influir 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 y 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, 2017). 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 (2017), por las luchas al interior de los campos periodístico y científico y los deseos de preservar sus respectivas identidades profesionales.

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 (México) se divulgaron a través de ruedas de prensa y medios sociales. El análisis incluyó indicadores de proporciones de coberturas dedicadas a cada partido, candidaturas y variables relacionadas con encuadres en la cobertura. Asimismo, los reportes de resultados incluyen transcripciones de las piezas periodísticas en las que se detectaron estereotipos de género que afectan a candidatas. El monitoreo fue elaborado por un equipo de la

Universidad de Guadalajara, una institución pública autónoma de educación superior y media superior reconocida no únicamente por su labor educativa y cultural, sino por su influencia y poder políticos.

MÉTODO

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

Siguiendo una lógica de muestreo de máxima variación (Patton, 2014), realizamos entrevistas estructuradas a personas de medios que colaboraron en alguna de las 12 organizaciones de medios estudiadas en el monitoreo de la cobertura informativa en radio y televisión del proceso electoral 2021 de Jalisco (México). El muestreo procuró la mayor diversidad posible en sus organizaciones, género, jerarquía (en términos de su nivel de autoridad dentro su organización) 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. Esta última terminó una vez que 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 personas entrevistadas se compuso de 12 participantes y tuvo las siguientes características: entre 31 y 65 años de edad (mediana = 39), entre 9 y 45 años de experiencia (mediana = 23), 42% de 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) en 14 medios de comunicación diferentes (varias personas trabajando en dos medios a la vez). 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. La entrevista

estructurada incluyó 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.

Conforme se realizaron las entrevistas, se realizó de forma independiente la lectura y codificación de los datos siguiendo la perspectiva de la teoría multi-fundamentada (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 teorías ya existentes en la literatura. Los pasos de esta fueron los siguientes: 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); y, finalmente, se construyeron proposiciones fundamentadas por el modelo y en donde se interrelacionan las categorías presentes en este (codificación selectiva).

Tras completar las tres etapas de codificación, se identificaron las coincidencias en los códigos y modelo emergentes; las diferencias fueron conciliadas a través del diálogo. En específico, durante la codificación, se notó que la noción de distancia o lejanía entre medios y academia era central; asimismo, se encontró que las opiniones de personas de mayor y menor jerarquía tendían a diferenciarse. Este hallazgo sugirió el uso de una teoría existente –la teoría del campo– para fundamentar las categorías que emergieron en el análisis. De esta manera, el resultado del análisis realizado está fundamentado tanto en los datos empíricos como en la teoría.

RESULTADOS

Las entrevistas semiestructuradas permitieron recuperar datos sobre los significados y las prácticas de personas de medios sobre el monitoreo, así como discursos sobre cómo mejorar este tipo de proyectos. Los resultados se resumen en la Tabla 1, en la que se propone que los discursos de las personas de medios en torno a los monitoreos tienden a organizarse en dos polos: conservar el campo, más presente en

personas con mayor jerarquía y experiencia en el periodismo (por ende, mayores capitales económico y social), y subvertir el campo, más patente en personas de medios de menor jerarquía y menos años de experiencia, pero que no carecen de capital, sobre todo cultural (adquirido por ser personas egresadas de carreras de periodismo y comunicación, ejercer la docencia o participar en organizaciones de la sociedad civil). La identificación de ambos polos, manifiestos en las actitudes sobre los proyectos de monitoreo, sugiere la existencia de tensiones al interior del campo periodístico acerca del cambio en los medios y al modo de manejar la influencia de agentes externos sobre el periodismo.

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 en los medios, 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 facto-

TABLA 1
POSTURAS EN TORNO A LOS MONITOREOS DE MEDIOS

	Conservar el campo	Subvertir el campo
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>“Si mi medio buscaba dar cobertura informativa hacia todas las candidaturas... pues la verdad es que el tiempo no me alcanzaba” (E, 18 a).</p> <p>“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).</p>	<p>“No se critica al medio... y si se ve como... darse un balazo en el pie, ¿no?, estar cuestionando el trabajo de los demás” (C, 10 a).</p> <p>“A mí no me gusta, pero es que también de ahí sale mi sueldo” (C, 10 a).</p> <p>“[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).</p>
Tema	Emociones al leer las evaluaciones del monitoreo	
Respuestas	Enojo, incomodidad.	Diversión, expectación, interés.
Ejemplos	<p>“Lo platicamos y él [director] estaba verdaderamente indignado y molesto” (A, 20 a).</p> <p>“Causó un montón de discusión, de revuelo... Y me dice [mi jefe], bueno pero hay que hacer una nota como que explique</p>	<p>“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).</p>

	Conservar el campo	Subvertir el campo
	cómo se hizo el monitoreo, cuánto nos cuesta y así... Pero al final ya nunca entró” (C, 10 a).	
Tema	Ser el objeto de vigilancia del monitoreo	
Respuestas	No afecta.	Sí afecta.
Ejemplos	<p>“No me produce ningún efecto... Porque yo estoy muy consciente [de] que debo hacerme responsable de lo que digo” (B, 35 a).</p> <p>“No estoy pendiente de ello [los monitoreos], porque estoy pendiente más bien de mis contenidos” (D, 15 a).</p>	<p>“Me mesuraba” (A, 20 a).</p> <p>“No deja de sentirse el nervio de que estén escuchando tu trabajo” (E, 18 a).</p> <p>“Saber que me están monitoreando simplemente me lleva a buscar hacer mi trabajo de la mejor manera” (K, 21 a).</p>
Tema	Razones para evaluar a los medios	
Respuestas	Hacer cumplir la ley electoral.	Retroalimentar a medios; derechos de las audiencias.
Ejemplos	<p>“[El monitoreo] busca que [el tratamiento] sea equilibrado, que sea parejo y que el trato sea pues igual para todos los candidatos” (G, 45 a).</p>	<p>“Le puede permitir a las personas que consumen un medio de comunicación validar lo que ellos están consumiendo” (K, 21 a).</p> <p>“Pueden ayudar a discutir cosas que tenemos muy normalizadas en los medios de comunicación” (C, 10 a).</p>
Tema	Legitimidad de la autoridad de la academia	
Respuestas	Es cuestionable.	Es legítima.
Ejemplos	<p>“No debería de haber ninguna de estas sombras 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>“Es muy válido el hecho de ver opiniones externas 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</p>

	Conservar el campo	Subvertir el campo
	<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>distancia realmente con lo que está sucediendo y también te permite entender tus áreas de oportunidad” (K, 21 a).</p> <p>“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 cómo 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>.</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>

	Conservar el campo	Subvertir el campo
	<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>	
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>“Quienes 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... 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>

Nota: Los nombres de las personas participantes fueron sustituidos por letras. a = años de experiencia en el periodismo.

Fuente: Elaboración propia.

res 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 no comprender —en apariencia— 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 relataron su experiencia de lectura de los reportes en extenso 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 extraperiodísticos entre tomadores de decisiones en la organización de medios y actores políticos:

Si 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, 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 los 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. Cinco 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. Nueve 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, o 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 vive 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 relaciona 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. Los cuestionamientos también pueden interpretarse como una defensa de la autonomía del campo periodístico frente a la evaluación realizada por un campo externo (la academia).

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). Registramos 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 deseado 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 accedan 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, emergieron 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 me-

dios. Debido a la tensión entre medios y academia, es importante que estas personas sientan que sus opiniones son tomadas en cuenta. 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 pueda 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 Díaz, 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 (Gallagher, 2001; Ryan et al., 2006). En este sentido, este estudio es único al centrarse en la subjetividad de las personas cuya práctica es monitoreada.

Los proyectos de monitoreo de medios buscan mejorar el desempeño de los medios 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, nos permitió observar, 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 (Benson & Neveu, 2005; Bourdieu, 1990; Hartley, 2017; Hernández-Julián & Vera-Zambrano, 2020); y, por otra parte, las relaciones entre ambos campos: hablamos de dos campos, academia y periodismo, que aspiran ambos a imponer “la visión legítima del mundo social” (Benson & Neveu, 2005, p. 6; Hartley, 2017). 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: El primero, conservar el campo, presentó discursos que cuestionan la legitimidad de la academia, que fundamentan las decisiones de cobertura en valores periodísticos como la relevancia y la actualidad y que consideran la evaluación de los medios exclusivamente como un instrumento para que se cumpla la ley electoral. Estos discursos emergieron en mayor medida de personas con mayor jerarquía y experiencia en el periodismo (es decir, personas con mayor capital económico y social). En contraste, el polo de subvertir el campo se enriqueció mayormente con consideraciones sobre los beneficios para los medios de la retroalimentación realizada por un actor neutral externo al campo y sobre los 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. Se trató de discursos que emergieron principalmente de personas de medios que, aunque tenían menor jerarquía, no carecían de capitales, sobre todo del tipo cultural. Los discursos sugieren que para este grupo son importantes los incentivos basados en el capital simbólico emanado de la colaboración entre periodistas y academia.

De los puntos anteriores desprendemos las siguientes recomendaciones: La rica variedad de discursos obtenida sugiere que quienes pretendan realizar un proyecto de observación de medios deben, en primer lugar, buscar entender las dinámicas al interior del campo periodístico y entre los campos del periodismo y la academia, conocer de qué manera los actores al interior del campo interpretan el proyecto, 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 no probabilística de personas participantes representativas de un caso específico: la recepción en el campo periodístico de un proyecto de monitoreo de la cobertura informativa en radio y televisión de las campañas electorales. Por tanto, aunque la recolección alcanzó la saturación teórica, estos resultados no son generalizables, si bien constituyen un análisis reflexivo susceptible de ser transferido a otros contextos. Segundo, 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 bibliográficas

- 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/ppperiod/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*, (19), 13-34. <https://revistas.ulima.edu.pe/index.php/contratexto/article/download/182/158>
- Bélaïr-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), 72-80. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4780069>
- 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*. 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>
- Hernández-Julián, A. L. & Vera-Zambrano, S. (2020). Incidencia de la posición en el espacio social sobre la vocación periodística en la Ciudad de México. En *Comunicación y diversidad. Selección de comunicaciones del VII Congreso Internacional de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación (AE-IC)* (pp. 61-70). <https://doi.org/10.3145/AE-IC-epi.2020.e05>
- Larrosa, J. (2020). El diálogo entre observatorios de medios y los medios: una agenda pendiente. En R. Acosta García (Coord.), *El diálogo como objeto de estudio. Aproximaciones a un proceso cotidiano y a su calidad* (pp. 171-190). ITESO.
- Mares, 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 University Press.
- Trappel, J. (2011). Why democracy needs media monitoring. En 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, 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.

SEMBLANZAS

Frida V. Rodelo, Universidad de Guadalajara

Doctora en Ciencias Sociales por la Universidad de Guadalajara. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores. Coordinó los monitoreos 2018 y 2021 de la cobertura informativa de las elecciones locales en Jalisco. Su investigación busca analizar prácticas y encuadres periodísticos, con énfasis en procesos de mediatización de la política, precarización de condiciones del trabajo periodístico y representación de mujeres.

Zariá Casillas Olivares, Universidad de Guadalajara

Maestra en Ciencias Sociales por la Universidad de Guadalajara. Es docente de comunicación y estudios de la niñez en el ITESO y en la Universidad de Guadalajara. Su investigación está centrada en los discursos argumentativos y las políticas públicas antidiscriminación, así como también sobre la argumentación de la niñez sobre asuntos públicos.