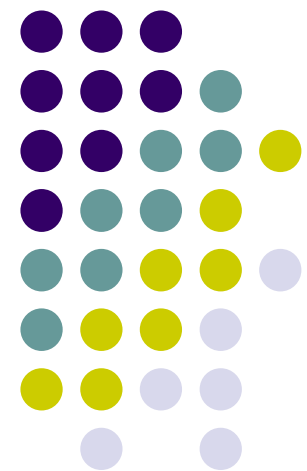
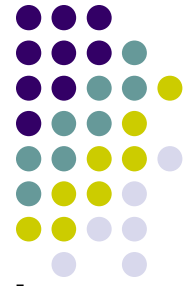


Influir sobre los medios: la tensa relación entre
asesores comunicacionales de la elite y periodistas
políticos.

Dr. Pedro Santander Molina
Escuela de Periodismo
PUCV

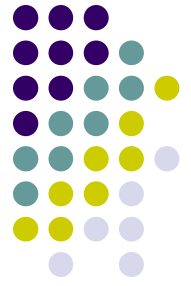




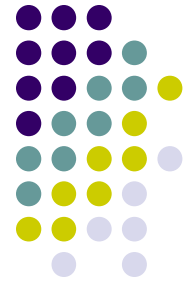
Antecedentes proyecto

- Relación entre comunicación estratégica de la elite y actividad periodística.
- Explorar empíricamente en las percepciones de los asesores y de los periodistas.
- ¿Cómo usa la elite la comunicación estr. para influir en los medios?
- ¿Cómo enfrentan los periodistas dichas estrategias?

Preguntas de investigación

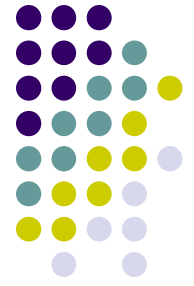


- P1: ¿Perciben los periodistas que la comunicación estratégica que llevan a cabo los asesores de la elite política logra incidir en sus rutinas periodísticas?
- P2: ¿Cómo evalúan los periodistas la alteración que la acción de los asesores significa en la relación con sus fuentes informativas?
- P3: ¿Cómo evalúan los periodistas, en términos generales, la gestión comunicacional de los asesores?



Diseño de la investigación

- Población: todos los periodistas acreditados tanto en el Congreso Nacional como en el Palacio de La Moneda.
- Muestra exhaustiva (N= 61), la tasa de respuesta fue de un 65.6 % (40).
- El cuestionario fue hecho de manera presencial, en los lugares de trabajo de los periodistas, es decir, tanto en La Moneda (Santiago) como en el Congreso (Valparaíso), durante el 2011.

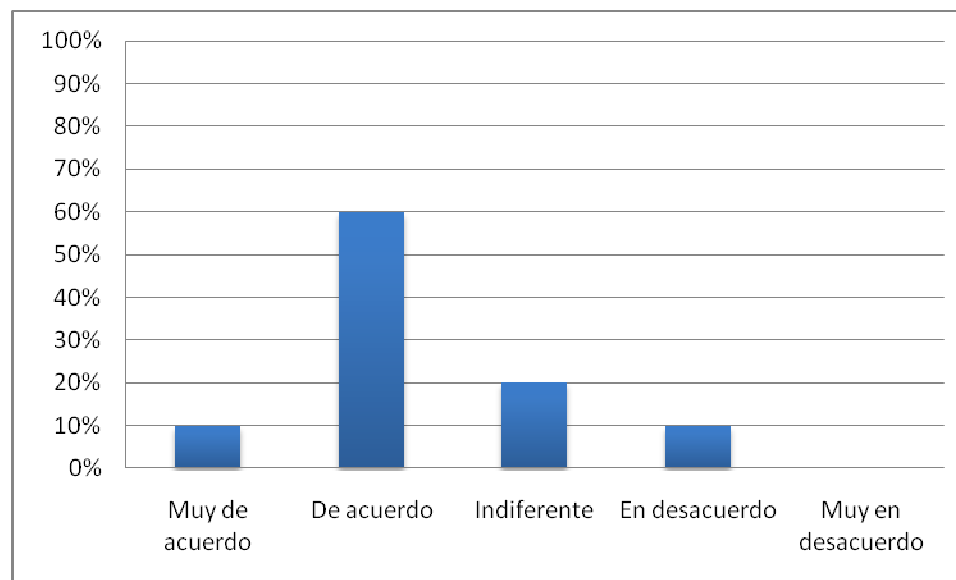


P1: ¿Perciben los periodistas que la comunicación estratégica que llevan a cabo los asesores de la elite política logra incidir en sus rutinas periodísticas?

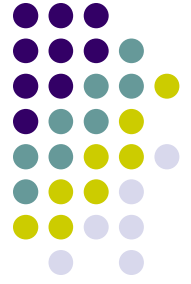
1.- La información que los asesores de comunicación le proporcionan rutinariamente es de utilidad para conformar la pauta y las publicaciones de la edición del día.



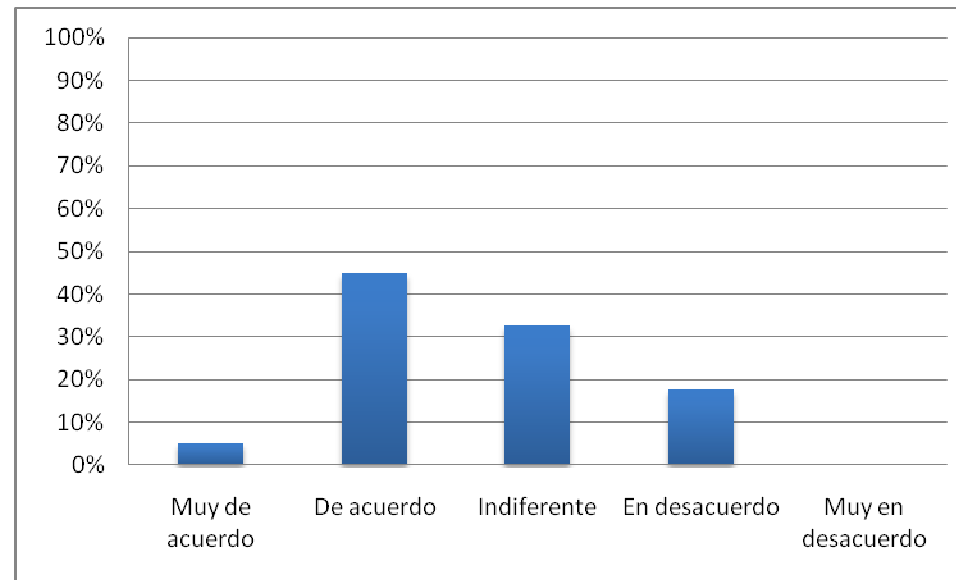
	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	4	10.00%
De acuerdo	24	60.00%
Indiferente	8	20.00%
En desacuerdo	4	10.00%
Muy en desacuerdo	0	0.00%
Total	40	100.00%



2.- La comunicación estratégica que desarrollan los asesores de comunicación ayuda en el reporte periodístico.



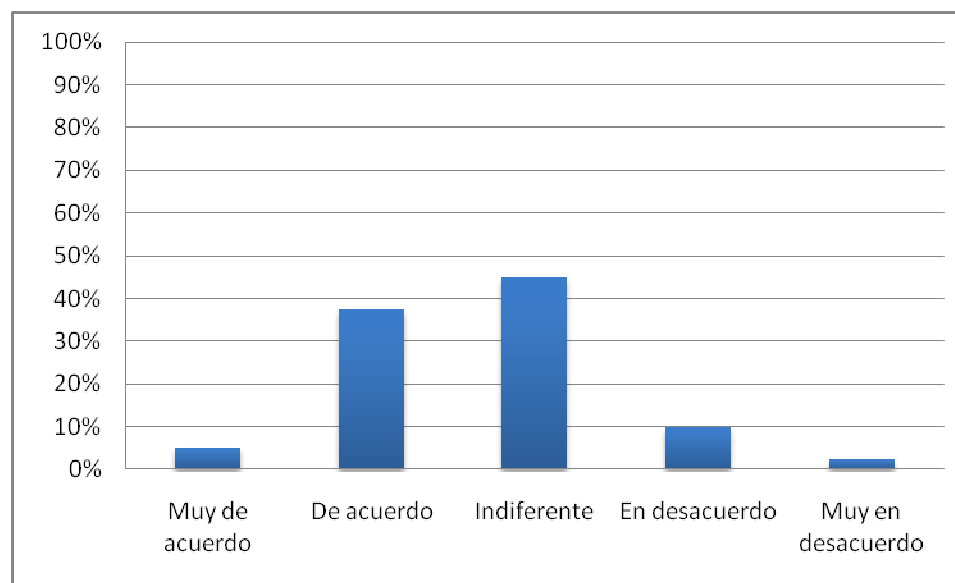
	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	2	5.00%
De acuerdo	18	45.00%
Indiferente	13	32.50%
En desacuerdo	7	17.50%
Muy en desacuerdo	0	0.00%
Total	40	100.00%

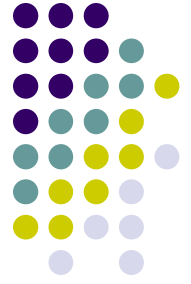




3.- La gestión que los asesores realizan incide en las rutinas periódicas.

	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	2	5.00%
De acuerdo	15	37.50%
Indiferente	18	45.00%
En desacuerdo	4	10.00%
Muy en desacuerdo	1	2.50%
Total	40	100.00%



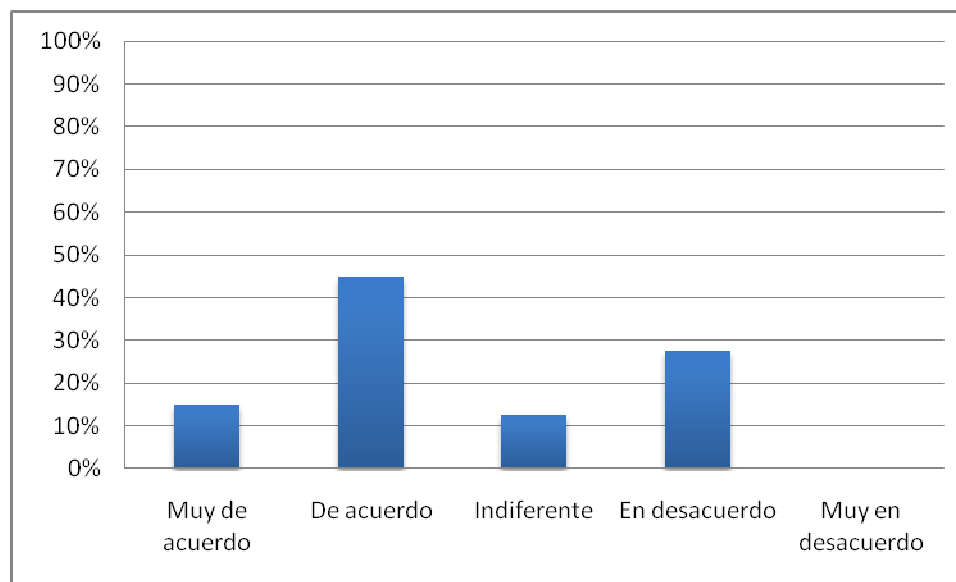


P2: ¿Cómo evalúan los periodistas la alteración que la acción de los asesores significa en la relación con sus fuentes informativas?

4.- Con el paso del tiempo, los asesores han monopolizado el acceso a las fuentes de información, de tal modo que suele ser común que el periodista acuda a los asesores para acceder a la fuente.



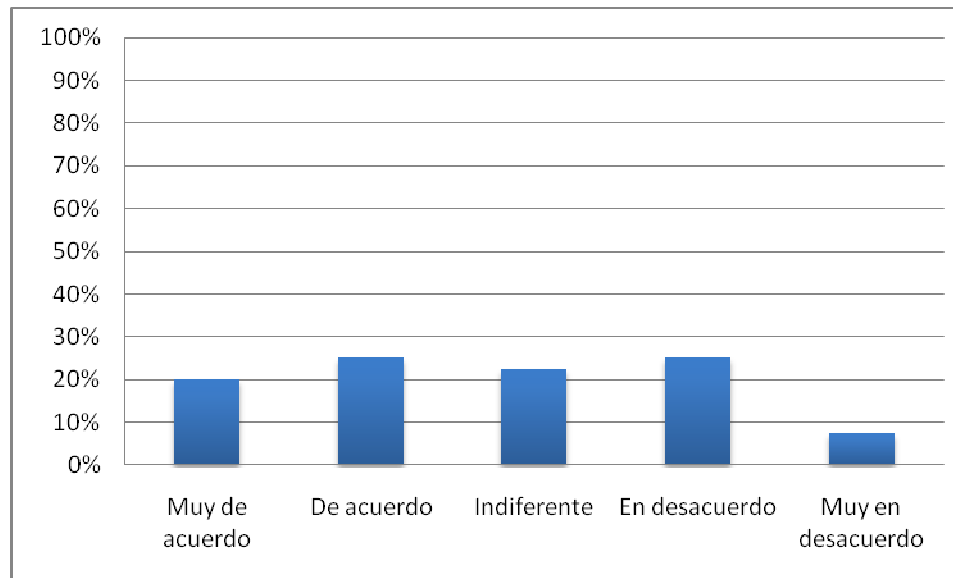
	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	6	15.00%
De acuerdo	18	45.00%
Indiferente	5	12.50%
En desacuerdo	11	27.50%
Muy en desacuerdo	0	0.00%
Total	40	100.00%



5.- Con el tiempo, la gestión de los asesores de comunicación que trabajan para miembros del mundo político ha significado una disminución del contacto directo entre el periodista y la fuente.



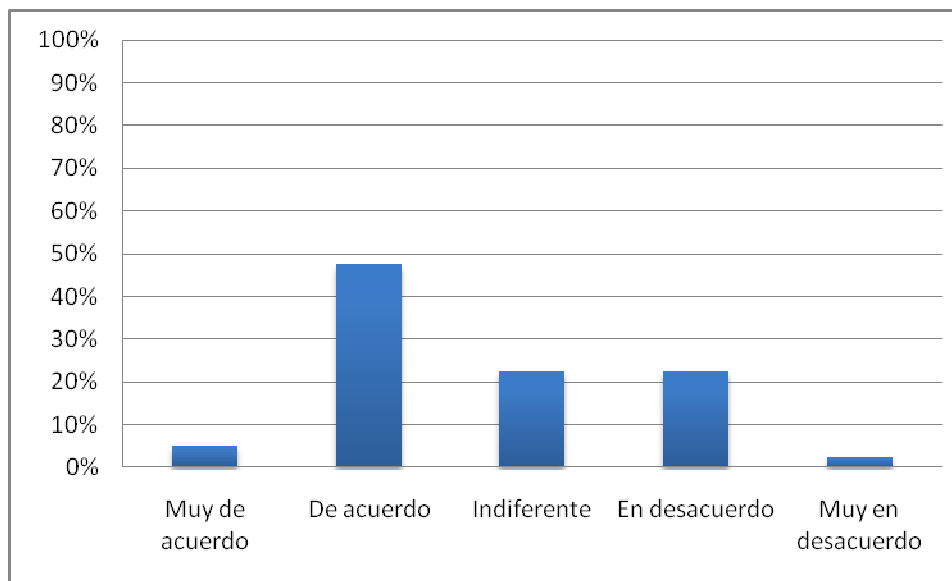
	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	8	20,00%
De acuerdo	10	25,00%
Indiferente	9	22,50%
En desacuerdo	10	25,00%
Muy en desacuerdo	3	7,50%
Total	40	100.00%

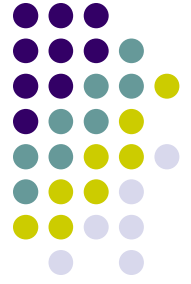




6.- Los asesores de comunicación facilitan el acceso periodístico a las fuentes.

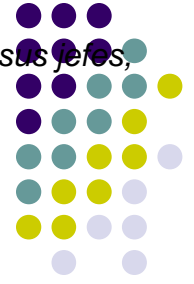
	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	2	5.00%
De acuerdo	19	47.50%
Indiferente	9	22.50%
En desacuerdo	9	22.50%
Muy en desacuerdo	1	2.50%
Total	40	100.00%



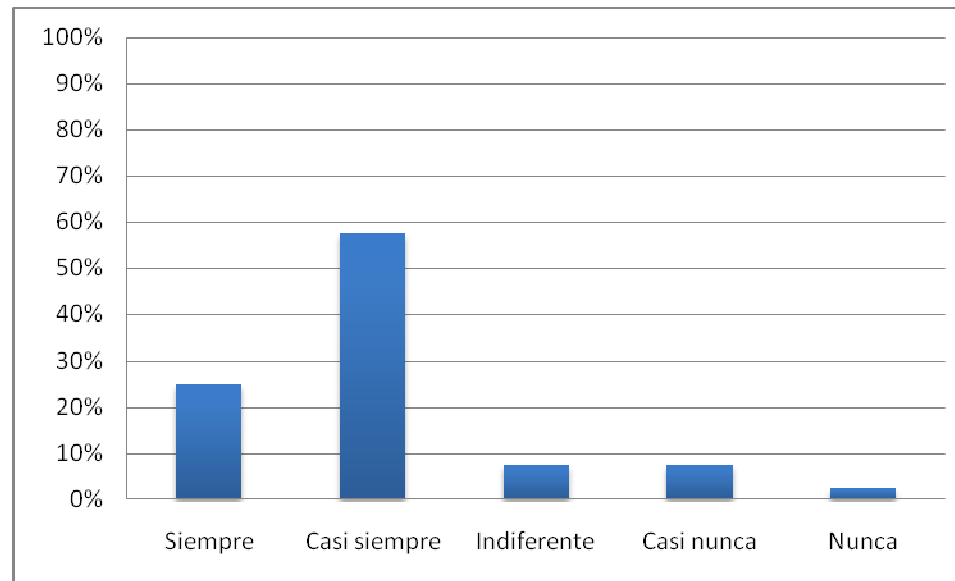


P3: ¿Cómo evalúan los periodistas, en términos generales, la gestión comunicacional de los asesores de la elite política?

7.- La comunicación estratégica que desarrollan los asesores en comunicación persigue visibilidad mediática de sus jefes, no obstante ello, ¿ud. ha detectado estrategias de los asesores orientadas a invisibilizar temas?



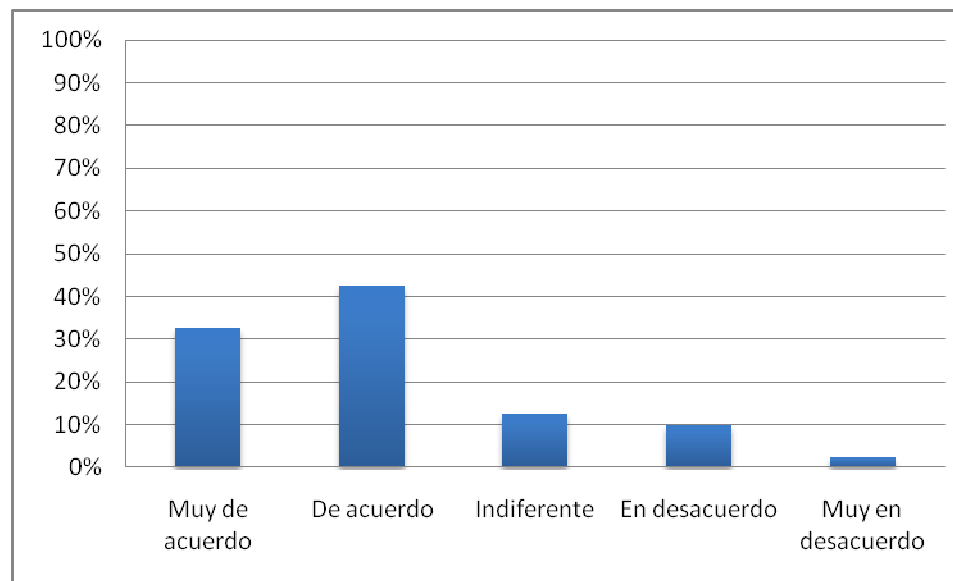
	Cantidad	Porcentaje
Siempre	10	25.00%
Casi siempre	23	57.50%
Indiferente	3	7.50%
Casi nunca	3	7.50%
Nunca	1	2.50%
Total	40	100.00%



8.- Independientemente de si resulta o no, ¿Ud. considera que los asesores de comunicación ejercen presión sobre los periodistas para que sus jefes salgan en la prensa?



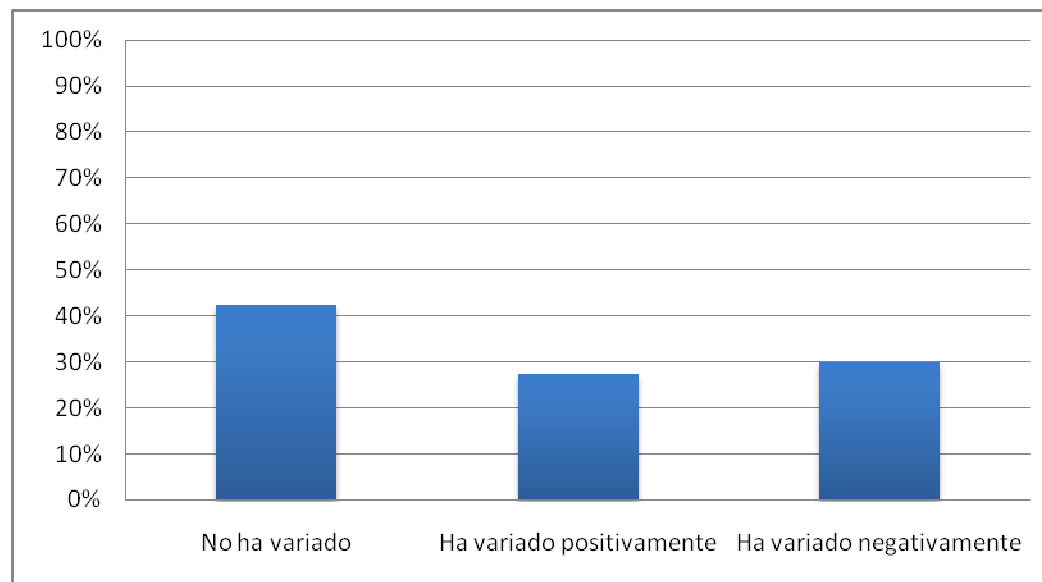
	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	13	32,50%
De acuerdo	17	42,50%
Indiferente	5	12,50%
En desacuerdo	4	10,00%
Muy en desacuerdo	1	2,50%
Total	40	100.00%

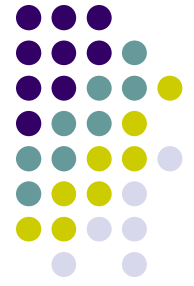




9.- Con el tiempo, la valoración que Ud. tiene del trabajo de los asesores de comunicación y de la comunicación estratégica que ellos desarrollan:

	Cantidad	Porcentaje
No ha variado	17	42,50%
Ha variado positivamente	11	27,50%
Ha variado negativamente	12	30,00%
Total	40	100.00%





Conclusiones

- Los periodistas que cubren rutinariamente a la elite política, han internalizado y asumido en sus rutinas profesionales - a modo de *habitus* - una tensión con los asesores comunicacionales de la elite.
- Saben que las estrategias que éstos implementan implican, de acuerdo a las circunstancias, que los busquen o, por el contrario, que si éstas cambian, los evadan y no los necesiten.
- Los periodistas valoran los subsidios informativos que a diario les proporcionan los encargados comunicacionales, pero no reflexionan críticamente (o no se admite) lo que eso implica en relación con ciertos valores esenciales del ejercicio periodístico.
- Los resultados indican que la afinidad burocrática que con el tiempo se ha ido construyendo entre periodistas y asesores de comunicación de la elite, se ha consolidado, ha sido asumida subjetivamente por los periodistas y se ha convertido en una afinidad estructural que ya forma parte de las rutinas periodísticas y de las lógicas de campo.
- El asesor c⁰ puede ser tanto un actor que facilite el acceso a la fuente o, al revés, un muro de contención que lo dificulte, complicando o facilitando la labor informativa.
- Los límites del campo se vuelven porosos. Los asesores están ahí, con un pie en el campo periodístico y con otro en el campo político. Son periodistas invisibles y políticos invisibles.

