

# Desafíos del periodismo como industria:

## Los síntomas de la desconfianza mediática en Colombia

**Sofía Cardona Giraldo**

**E**l periodismo, desde su aparición en el siglo XVI, ha jugado un importante papel en la sociedad, pues desde sus inicios se ha encargado de entregarle información objetiva y verídica a la población, permitiéndole mantenerse informada sobre acontecimientos regionales e internacionales.

A lo largo de los siglos, el periodismo ha evolucionado para adaptarse a los cambios tecnológicos y sociales, pasando de la prensa escrita a los medios digitales, pues como se plantea en *Historia del periodismo universal*, “La historia del periodismo es una historia de adaptación a las innovaciones de cada momento en tecnología, producción, distribución en venta y entendimiento del mercado” (Barrera, y otros, 2004).

En la actualidad, la función del periodismo sigue siendo crucial, pues proporciona noticias, análisis y perspectivas, además, persiste como un pilar fundamental de la democracia, brindando a la ciudadanía las herramientas necesarias para participar de manera informada en la toma de decisiones democráticas. Sin embargo, también enfrenta desafíos, como la proliferación de noticias falsas, la presión económica en los medios de comunicación, el sesgo político, la falta de transparencia, los desafíos tecnológicos, la desconfianza mediática, entre otros.

En la era de la información digitalizada, donde es más fácil informarse gracias a la amplia difusión, ha surgido un fenómeno de desconfianza en los medios de comunicación. Esta desconfianza puede tener diversas razones.

Estas causas se encuentran planteadas en el libro *¿Hacia dónde va el periodismo?* Responden los maestros (2008). Una de las razones principales de dicha desconfianza, es la polarización ideológica, pues “La prensa, los medios, al estar sometidos a las leyes del mercado están forzosamente vendidos a los poderes económicos, que muchas veces se han convertido en los propietarios de los medios para controlarlos directamente” (García, y otros, 2008), dando lugar a la percepción de que la mayoría de los medios tienen líneas editoriales con ideologías específicas. Esta disyuntiva compromete la confianza del

público, dado que se cuestiona si los medios están sirviendo a los intereses de sus propietarios en lugar de informar de manera objetiva.

Según Kapuściński, en su obra *Los cinco sentidos del periodista*, a causa de estos intereses económicos, se ha reemplazado una ética por otra, a los medios no solo les importa la veracidad de las noticias emitidas, sino el interés que las mismas puedan despertar en el espectador (2005). Teniendo esto en cuenta, se puede afirmar que, en la actualidad, lo que les importa a los medios recae mayormente en la rapidez de la difusión de la información, que en la calidad, precisión y objetividad de esta.

A causa de estos intereses económicos, se ha reemplazado una ética por otra, a los medios no solo les importa la veracidad de las noticias emitidas, sino el interés que las mismas puedan despertar en el espectador

Por otro lado, es innegable que el crecimiento imparable de las redes sociales ha transformado la forma en que las generaciones más jóvenes acceden a la información. Plataformas como *TikTok*, *Instagram*, *Facebook* y *Twitter* se han convertido en fuentes principales de noticias, desplazando a los medios tradicionales de las preferencias de gran parte de la población juvenil. Esto ocurre debido a la misma desconfianza que tienen en los mismos, pues son conscientes de que, por los intereses económicos

mencionados anteriormente, los medios temen hablar sobre temas que desafíen a quienes los patrocinan, y los jóvenes no se sienten identificados con esto.

Los más jóvenes, incluso, consideran la lectura de periódicos demasiado difícil y muy alejada de sus preocupaciones. Esta crítica se junta con la primera cuando los que opinan, lo hacen diciendo que los medios (y quienes los elaboran) están envilecidos por las reverencias y el respeto al poder (García, y otros, 2008).

Es por estas razones que gran parte de la ciudadanía no considera a los medios una institución que los representa y que actúa en su nombre, sino que los perciben como parte del poder establecido, del cual se sienten apartados (García, y otros, 2008).

En el contexto colombiano, según el artículo *Inventar o reflejar la realidad. Un dilema que compromete la credibilidad informativa de los medios de comunicación en Colombia*, realizado por maestros miembros del Observatorio de Medios de la Facultad de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad de La Sabana, plantean que en Colombia se evidencian diversas problemáticas sobre la calidad y la responsabilidad de la información que se difunde.

Una de las cuestiones es la marcada preferencia por noticias impactantes en lugar de investigaciones profundas y contextualizadas. Este enfoque sensacionalista, destinado a captar la atención del público de manera inmediata, a menudo deja de lado la posibilidad de abordar temáticas complejas de manera exhaustiva, contribuyendo así a la simplificación de la realidad.

Otra problemática es la ubicación de información relevante en secciones de menor visibilidad, lo que dificulta que el público acceda a contenido esencial para la comprensión de su entorno social, político y económico. Además, temas cruciales son abordados de manera superficial, perdiendo su profundidad y relevancia (Ortiz Leiva, Ruiz Moreno, & Velázquez, 2002).

Una consecuencia directa de estas prácticas es la creciente pérdida de confianza en la prensa por parte de ciertos sectores de la opinión pública en el país.

El *Digital News Report 2023* realizado por Reuters, es un informe realizado anualmente para revelar las claves sobre el consumo de noticias digitales en todo el mundo, basado en una encuesta de YouGov con más de 93.000 entrevistas en 46 mercados que cubren la mitad de la población del mundo. Este informe contiene el análisis del mercado y de las audiencias en Colombia, el cual arroja unas cifras interesantes para observar el fenómeno de la pérdida de confianza.

Según el informe (Reuters, 2023) en un país donde el contexto es problemático para los periodistas, con un historial de intimidación y violencia por parte de rebeldes y paramilitares, estos mensajes podrían ser interpretados como permisivos hacia la violencia contra la prensa.

El informe destaca la creciente preocupación por la libertad de expresión en Colombia, especialmente después de la elección del primer presidente de izquierda del país, Gustavo Petro, en 2022. Petro ha protagonizado frecuentes ataques a medios y periodistas a través de sus redes sociales, criticándolos por la cobertura de su presidencia y acusándolos de falta de transparencia. Según el informe (Reuters, 2023) en un país donde el contexto es problemático para los periodistas, con un historial de intimidación y violencia por parte de rebeldes y paramilitares, estos mensajes podrían ser interpretados como permisivos hacia la violencia contra la prensa.

Solo en 2022, se registraron 218 amenazas a la prensa, el número más alto en los últimos 15 años, y, además, dos periodistas fueron asesinados (Reuters, 2023).

La combinación de ataques a la prensa y escándalos ha llevado a una mayor unión entre los medios, que ahora consideran con mayor seriedad su papel de perro guardián frente al gobierno, lo que ha aumentado las puntuaciones de confianza. Así mismo, a pesar del clima político tumultuoso, algunas publicaciones han adoptado posiciones partidistas, ya sea respaldando o criticando abiertamente al gobierno de izquierda (Reuters, 2023).

A nivel de medios, el panorama muestra una disminución general en el consumo de noticias en línea y offline, atribuido en parte a la reducción del uso de Facebook como plataforma de noticias. El sitio web de pago [ElTiempo.com](https://www.eltiempo.com) lidera las noticias en línea (29%) seguido por [Noticias.CaracolTV.com](https://www.noticias.caracol.com.co) (23%) (Reuters, 2023).

Por un lado, se plantea que la gente evita activamente las noticias (41%) y que los encuestados están evitando temas particulares (36%) y consultan fuentes de noticias con menor frecuencia (25%) (Reuters, 2023).

Por otro, a pesar de las difíciles condiciones económicas en Colombia, las suscripciones a noticias en línea están creciendo, con un 14% de encuestados que informan haber pagado por una suscripción, un aumento de 2 puntos porcentuales en comparación con el año anterior. Igualmente, grandes canales de noticias de televisión abierta siguen siendo influyentes, aunque han experimentado caídas en su audiencia (Reuters, 2023).

Finalmente, el informe plantea que la confianza en las noticias (35%) sigue siendo baja según los estándares globales, posiblemente relacionada con preocupaciones tanto sobre la polarización política como sobre la difusión de información errónea. Algunos medios han aumentado sus puntuaciones de confianza en el último año. NoticiasUno (71%) y NotiCentro 1 CM& (63%) se encuentran entre las marcas que han experimentado mayores aumentos este año (Reuters, 2023).

En conclusión, el análisis de la evolución del periodismo desde el siglo XVI hasta la actualidad, permite ver la complejidad de los desafíos que enfrenta la profesión periodística en la contemporaneidad debido a la adaptación a los cambios tecnológicos y sociales, especialmente en un contexto colombiano marcado por conflictos y crisis.

La función del periodismo sigue siendo crucial, como herramienta para una ciudadanía informada y así aportar a la democracia, sin embargo, la pérdida de confianza, la polarización y los desafíos éticos requieren una reflexión profunda sobre su responsabilidad en la sociedad. Por esto, es esencial que los medios se esfuercen por mantener la calidad y la precisión en la entrega de información, reconociendo el papel central que desempeñan en la configuración de la opinión pública y el desarrollo de la sociedad.

No nos olvidemos que la noticia, además de no estar hecha para entretener nunca fue pensada para amedrentar a la ciudadanía, sino más bien para que a partir de un periodismo reflexivo nos ayude a pensar en un ambiente donde lo analítico esté por encima de lo anecdótico (El Tiempo, 2001). 🌐

## Referencias bibliográficas

- Barrera, C., Álvarez, J. T., Bernedo, P., Cabrera, M. A., Chuliá, E., Alonso, I. F., . . . Waisbord, S. (2004). *Historia del periodismo universal*. Barcelona: Editorial Ariel.
- El Tiempo. (2001). Por un periodismo reflexivo. *El Tiempo*. <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-497594>
- García, E., Anderson, J. L., Estefanía, J., Fogel, J. F., Guillermprieto, A., Eloy Martínez, T., . . . Santoro, D. (2008). *¿Hacia dónde va el periodismo? Responden los maestros*. Bogotá: CAF y FNPI.
- Kapuscinski, R. (2005). *Los cinco sentidos del periodista*. FNPI.
- Ortiz Leiva, G., Ruiz Moreno, S., & Velázquez, C. M. (2002). *Inventar o reflejar la realidad. Un dilema que compromete la credibilidad informativa de los medios de comunicación en Colombia*. *Revista Palabra-Clave*, 29. <https://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/400/538>
- Reuters. (2023). *Digital News Report 2023*.