

Premio
**RÓMULO
GARZA 2013**



**EDITORIAL
DIGITAL**
TECNOLÓGICO DE MONTERREY

PRODUCCIÓN INFORMATIVA EN EL SIGLO XXI

Volumen 1

MARÍA DEL CARMEN
FERNÁNDEZ CHAPOU

Editorial



EDITORIAL DIGITAL

TECNOLÓGICO DE MONTERREY

El Tecnológico de Monterrey presenta su primera colección de eBooks de texto para programas de nivel preparatoria, profesional y posgrado. En cada título, nuestros autores integran conocimientos y habilidades, utilizando diversas tecnologías de apoyo al aprendizaje.

El objetivo principal de este sello editorial es el de divulgar el conocimiento y experiencia didáctica de los profesores del Tecnológico de Monterrey a través del uso innovador de la tecnología. Asimismo, apunta a contribuir a la creación de un modelo de publicación que integre en el formato eBook, de manera creativa, las múltiples posibilidades que ofrecen las tecnologías digitales.

Con su nueva Editorial Digital, el Tecnológico de Monterrey confirma su vocación emprendedora y su compromiso con la innovación educativa y tecnológica en beneficio del aprendizaje de los estudiantes.

www.ebookstec.com

ebookstec@itesm.mx

Autor

MARÍA DEL CARMEN
FERNÁNDEZ CHAPOU

Profesora del Tecnológico de Monterrey, campus Ciudad de México. Doctora Cum Laude en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid, España, y Licenciada en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Nacional Autónoma de México. Ha sido profesora de periodismo y comunicación, a nivel licenciatura y maestría, en universidades como la Iberoamericana, la Escuela de Periodismo Carlos Septién García, y la UNAM, desde 1998. Fue directora de la carrera de Periodismo y Medios de Información, y de Ciencias de la Comunicación, en el Tecnológico de Monterrey, campus Ciudad de México y Puebla respectivamente. Colaboradora de diversos medios; reportera cultural, columnista y corresponsal.

Autora del libro *El Nuevo Periodismo en la Prensa Hispana Contemporánea* (EAE, 2011), y *Esto no es la realidad*, ensayo sobre periodismo y comunicación (Cuadernos de *El Financiero* No. 10, 2004). Ponente en congresos nacionales e internacionales. Sus campos de estudio incluyen literatura y géneros periodísticos, cultura y nuevos medios, libertad de expresión y ética periodística. En 2011 recibió el Premio Nacional de Periodismo “Rostros de la discriminación”, en la categoría de artículo de opinión.

Mapa de contenidos

Volumen 1

- [Introducción a la práctica del periodismo](#)
- [En busca de la noticia](#)
- [La materia prima de la producción informativa](#)

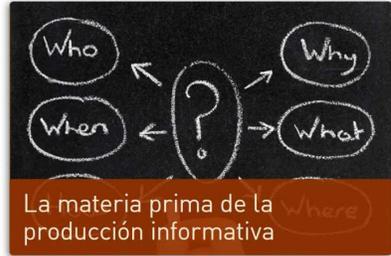
Volumen 2

- La conversación periodística
- La investigación en el periodismo

Volumen 1



En busca de la noticia



Volumen 2



Introducción del eBook

Este libro tiene como objetivo principal ofrecer una guía de estudio actualizada y de trabajo práctico para la producción informativa, acorde con las necesidades de los medios de información en el siglo XXI. Dividido en cinco apartados, este manual hace un recorrido por la teoría y práctica profesionales, desde sus fundamentos y principios, hasta la producción y edición de textos periodísticos.

El contexto actual de los medios de comunicación es complejo y el papel que juega el periodismo en la sociedad es vital. Asimismo, son muchos los retos a los que se enfrentan los periodistas ante las nuevas tecnologías de comunicación, así como a la globalización de la información. La producción informativa implica un fascinante proceso creativo, pero al mismo tiempo implica una gran responsabilidad.

En los siguientes capítulos se describirán los diversos pasos a seguir para desarrollar de forma profesional y efectiva un proyecto periodístico (nota, entrevista y reportaje), principalmente para medios tradicionales, pero incorporando algunas nuevas herramientas y espacios de difusión como la web. De una manera práctica e interactiva, este libro ayudará al estudiante a aprender periodismo haciéndolo, como en las grandes redacciones del mundo.

Capítulo 1. Introducción a la práctica del periodismo

Organizador temático

[Introducción a la práctica del periodismo](#)

[El periodismo en la sociedad actual](#)

- [¿Qué es el periodismo hoy?](#)
- [¿Para qué sirve el periodismo en la sociedad actual?](#)
- [Los fundamentos del periodismo](#)

[La responsabilidad social de los medios y los periodistas](#)

- [Derecho a la información](#)
- [Teoría de la responsabilidad social de los medios](#)
- [Ética periodística](#)

[Nuevos retos del periodismo en el siglo XXI](#)

- [Nuevas tecnologías, nuevos modelos de información](#)
- [El perfil del periodista del siglo XXI](#)
- [Periodismo sin fronteras](#)



Capítulo 1. Introducción a la práctica del periodismo

1.1 El periodismo en la sociedad actual

Ante el auge de Internet y las nuevas tecnologías de información, es necesario hacer una revisión de distintas consideraciones en torno al periodismo. En el siglo XXI han surgido algunos retos en torno a la prensa: su calidad, su carácter de industria y negocio, su poder como eje de las sociedades democráticas y su responsabilidad como profesión de servicio público, son algunas de las cuestiones que se han sometido a revisión.

Asimismo, en la transición del periodismo tradicional hacia los nuevos medios de comunicación, se debaten visiones polarizadas: algunos plantean su extinción; mientras que otros, más alentadores, pugnan por su transición a nuevas formas más poderosas y efectivas, sin perder de vista su misión social y el cuidado de contenidos relevantes.

Las claves para entender el periodismo moderno y, por lo tanto, la producción informativa, se centran, paradójicamente, en recuperar los viejos principios profesionales y éticos a los cuales se debe una actividad que ha sido y sigue siendo eje de la democracia.



1.1.1 ¿Qué es el periodismo hoy?



El periodismo es el reflejo de las condiciones culturales, sociales y políticas de un contexto y de una época. El escritor Hans Magnus Ezensberger decía que “la escritura periodística es libertad” (Colombo, F. 1997, p. 39) y el gran periodista Gabriel García Márquez lo considera “el mejor oficio del mundo”:

El periodismo es una pasión insaciable que sólo puede digerirse y humanizarse por su confrontación descarnada con la realidad. Nadie que no la haya padecido puede imaginarse esa servidumbre que se alimenta de las imprevisiones de la vida. Nadie que no lo haya vivido puede concebir siquiera lo que es el pálpito sobrenatural de la noticia, el orgasmo de la primicia, la demolición moral del fracaso. Nadie que no haya nacido para eso podría persistir en un oficio tan incomprensible y voraz, cuya obra se acaba después de cada noticia, como si fuera para siempre, pero que no concede un instante de paz mientras no vuelve a empezar con más ardor que nunca en el minuto siguiente (García Márquez, G. 1996, s/p).

Sabías que...

Silvio Berlusconi, posee uno de los conglomerados mediáticos con mayor poder en Europa, Mediaset. Esta empresa de televisión fue creada en 1978 y se ha convertido en la cadena más grande de Italia. Gracias a ella, el ex Primer Ministro, es el hombre más rico de su país. Según la declaración obligatoria de ingresos anuales que establece el Parlamento Italiano, la empresa ha ganado hasta 23 millones de euros.

En 1996 el Grupo Correo-Prensa Española, hoy Vocento, entró en el accionariado de Telecinco en España para vender parte de su propiedad a Mediaset en 2002. Con esta acción el grupo italiano aumentó su participación en Gestevisión-Telecinco y Publiespaña del 40 por ciento al 52 por ciento. Berlusconi también es dueño de la editorial Mondadori y de diferentes periódicos.

Por su parte, Ryszard Kapuscinski apropió la profesión de informar como una causa de vida: “Los cínicos no sirven para este oficio” (2003), solía expresar, mientras cubría guerras y hambrunas en África: “La dimensión humanística del periodismo radica en tratar de hacer el mundo más comprensible: porque si nos comprendemos somos menos enemigos; si nos conocemos estamos cerca el uno del otro” (Martínez, O., 1999, p. 5).

Recursos

» Discurso del periodista colombiano Gabriel García Márquez sobre el oficio periodístico.

[El mejor oficio del mundo](#)

Como diría el periodista español Juan Luis Cebrián:

El periodismo es una profesión difícil y no exenta de pecados. Está llena de locos e iluminados, con ganas de ser santos y generales, políticos y artistas, deseosos de conocerlo todo, machacarlo todo, seducir mujeres, alternar indiscriminadamente con tahúres o con ministros, jugar al comisario, al espía, al escritor. Hay entre nosotros aventureros, burócratas, funcionarios, payasos, sumos pontífices, aguafiestas y algún rompedor de escapularios (Martínez, O., 1999, p.5).

Pero, también es cierto que esta labor ha sido muchas veces subestimada. León Trotsky llamaba al periodismo *musa plebeya*, y es famosa la frase del poeta y ensayista Salvador Novo que señalaba que “no se puede alternar el santo ministerio de la maternidad que es la literatura con el ejercicio de la prostitución que es el periodismo” (Martínez, O., 1999, p.50).

Hoy, quizá más que nunca, se viven tiempos difíciles para el periodismo. Muchos se preguntan acerca de la labor que juega el periodista en un mundo globalizado, dominado por el poder comercial de los medios de comunicación (en muchos casos grandes **monopolios mediáticos**) y por un poder político que aún interviene en la labor informativa de esos medios. Aunado a esto, el fuerte desarrollo de **nuevas tecnologías de comunicación** ha revolucionado el periodismo: la velocidad y la abundancia con que circulan los datos en las sociedades de hoy, así como el crecimiento constante en accesibilidad a Internet y redes sociales, ha puesto en jaque la producción informativa en todas sus esferas.

Es por ello que algunos críticos de la comunicación como Ignacio Ramonet alertan sobre los riesgos de la superabundancia de información, las relaciones de los medios con el poder, así como de la supremacía de Internet y las redes sociales como medios de información.

Ramonet señala que vivimos en la **sociedad del info-entretenimiento**, donde las noticias son consideradas una mercancía cuyo éxito está basado en ventas (1998, p. 48), al tiempo que se explota la súper emotividad y el sensacionalismo de los asuntos noticiosos, con el fin de aumentar el rating.

La carrera por ser el primero en presentar las últimas noticias ha generado una nueva forma de periodismo centrada en lo inmediato, y esta tendencia se afirma en detrimento de un periodismo analítico, investigativo, sin contar con que la saturación de noticias que genera este sistema informativo puede producir desinformación.

Deberes del periodista

- » Trabaja retrospectivamente, contemplando, analizando el acontecimiento en la distancia, con la necesaria perspectiva.
- » Ejerce un estilo analítico, que acepta la disquisición, la conclusión filosófica, el examen de un hecho visto en su totalidad.
- » Tiene un enfoque concreto, maneja el adjetivo contundente. El periodismo es una escuela de entendimiento del mundo; una maravillosa escuela de vida.
- » Escribe artículos donde se estudian los acontecimientos de la historia contemporánea.
- » Es en sí una forma de historiador.

- » Trata el acontecimiento que después habrá de situarse en justa perspectiva y dimensión en un análisis determinado.
- » El periodista es el novelista del futuro (Carpentier, A.)

Por otra parte, “el periodismo debe proporcionar un foro público para la crítica y el comentario” (Kovach y Rosenstiel, 2003, p.18). Pero el ágora de las democracias donde tiene cabida la discusión en torno a los asuntos que aquejan a la sociedad, ha sido en la actualidad constantemente amenazado por la premura del comentario y el rumor, alentados por la carrera por conseguir las noticias más espectaculares y por difundirlas antes que nadie.

Gracias a la web, se tiene cada vez mayor acceso a datos que llegan de todas partes; sin embargo, éstos circulan desordenados y desarticulados entre sí, construyendo así una realidad fragmentada, muchas veces imposible de comprender. Los numerosos datos que circulan en la red no constituyen información por sí mismos: ésta se produce sólo en el momento en que el receptor de esos datos sabe qué hacer con ellos y los pone a su servicio.

En el siglo XXI, factores tales como la velocidad e inmediatez de la comunicación gracias a nuevas tecnologías implican riesgos: distorsionar, confundir y mermar la importancia de otras funciones de la prensa libre. Esto afecta directamente a los ciudadanos, en tanto que los medios de comunicación conforman la opinión pública, y ésta determina la convivencia democrática de la sociedad.



Figura 1.1 Medios de comunicación, opinión pública y democracia conforman un trinomio indispensable para el funcionamiento de la sociedad (Elaboración propia)

Consecuencias del ejercicio irresponsable del periodismo

- » Tratar las noticias como mercancías.
- » Faltar a la verificación y caer en la tergiversación.
- » Falta de respeto a derechos fundamentales.
- » Eximir a los productores de noticias de la reflexión o la responsabilidad.



Según el investigador Fernando J. Ruiz, en su estudio *Indicadores de Periodismo y Democracia en América Latina*, la combinación más letal para el ejercicio del periodismo es la de un Estado con una democracia precaria y una prensa de creciente vocación profesional. En lugares donde el Estado no cumple con el Estado de derecho, o es autoritario (como en Cuba), la libertad de prensa es precaria o inexistente. Si además en esas zonas existen periodistas dispuestos a mejorar su performance profesional, el conflicto es inevitable y las diferentes formas de censura se agravan. Es decir, habrá un choque de ideas y de intereses.

Ruiz también menciona que, así como el Estado debe disciplinar su acción física, también debe hacerlo respecto a la acción económica con respecto al periodismo, pues la influencia del Estado en la economía de éste terminará afectando su ejercicio. Esto ocurre especialmente porque las decisiones de los funcionarios que involucran la economía del periodismo están generalmente determinadas por la opacidad y la arbitrariedad (2004, p.9).

En consecuencia, no se debe confundir la información con el **entretenimiento** (cuyo fin es el ocio) ni tampoco con la publicidad (que responde a los intereses comerciales de los anunciantes) ni con la **propaganda** política (que vende votos). El periodismo es el cuarto poder, se decía hace muchos años. En nuestros días es necesario que sea un vigilante de los distintos poderes, con el fin de lograr el equilibrio que una sociedad democrática requiere.

Por eso, el periodismo es, en principio, una forma de comunicación por medio de la cual se difunden y analizan hechos de interés colectivo, es decir, los intereses del ciudadano. Es vital que sirva de vehículo de discusión y, al mismo tiempo, de mediador y árbitro en la arena social, en pos de la pluralidad, la libertad de elección y la convivencia sana.

Por lo tanto, el periodismo ha sido y sigue siendo una actividad de suma trascendencia sociopolítica y cultural, cuya misión es ofrecer informaciones, opiniones e interpretaciones sobre hechos que interesan a la sociedad y afectan al ciudadano. Sin ella, la democracia estaría incompleta.

Ligas de interés

- » Blog de noticias de actualidad y cursos en torno al periodismo en América Latina.

1.1.2 ¿Para qué sirve el periodismo en la sociedad actual?

A pesar de los grandes retos que enfrenta la labor de informar en el siglo XXI, el periodista debe tratar de comprender el mundo y explicarlo, denunciar lo denunciable, dar voz a quienes no la tienen, pedir cuentas al Poder. Todo ello para ofrecer un servicio público al ciudadano, al cual tiene derecho, pues gracias al acceso a la información y a la verdad, éste obtiene las herramientas necesarias para tomar decisiones en un marco democrático.

En la sociedad actual se dice que el periodismo está en crisis. Como dice Pascual Serrano, “el periodismo es noticia: las crisis económicas, políticas y sociales han ocasionado que los medios se cimbraran en sus labores de mediación, de autoridad, de credibilidad, de **objetividad**, de información, de distribución” (2010, p. 5).

De modo que, en el contexto actual, es necesario reinventar el periodismo. Recuperar lo viejo para enfrentar lo nuevo, pues se aprecia un resurgimiento de problemáticas que ya se vislumbraban en otros momentos de transición, debido a las revoluciones de los medios de comunicación, pero aún se discuten cuáles deberán ser sus nuevas soluciones.



Menciona Pascual Serrano:

Algunas veces los ritmos frenéticos de los acontecimientos nos impiden reflexionar con serenidad sobre lo que está sucediendo. Es necesario parar, echar la vista atrás para ver el camino recorrido y también adelante para intentar vislumbrar hacia dónde nos estamos dejando llevar. Es lo que está sucediendo con el periodismo, las nuevas tecnologías y los hábitos de uso que se están implantando en la sociedad. El formato trepidante de las noticias aleja de nosotros cualquier intento de un análisis amplio en el que incorporar unos mínimos valores y principios éticos (2003, p. 7).

Desde el surgimiento de la imprenta hasta Internet, pasando por el parte aguas de la radio y el de la televisión, respectivamente, ha surgido preocupación en torno a asuntos como las implicaciones de la democratización de los medios, la libertad de expresión, la ética y la responsabilidad social de los periodistas, el control por parte de los distintos poderes de la sociedad y su necesaria regulación.

Pascual Serrano dice que “la libertad de expresión acaba cuando aparece el dinero y los nombres propios” (2011, p.5). En la era digital se replantea una antigua pregunta, ¿cuál debiera ser el papel de los medios de información?

Luchas como las que se libran frente a la pérdida de independencia económica e ideológica de la prensa; los ataques a la libertad de expresión y el pluralismo informativo; el sensacionalismo; la trivialización de las noticias, son sólo algunos de los desafíos para los productores de información. Evadir la comercialización, la banalización y la homogenización de informaciones muchas veces no verificadas.

“Es verdad que entre los propietarios de los medios y los receptores intervienen otros actores que condicionan el resultado del producto informativo: anunciantes, políticos, cabildeos, etc.”, dice Serrano (2010, p. 16). Esto constituye una cara más de la censura, que puede impedir el desarrollo que la sociedad requiere.

Conceptos como independencia, libre expresión, verificación de datos, profundización, análisis, denuncia, originalidad o el profesionalismo se suelen contraponer a sistemas de información regidos por las leyes del mercado, la publicidad y la inmediatez. Ante esto, el periodismo de verificación, de investigación y de servicio a la sociedad es cada vez más urgente.

Así, ante la pregunta ¿para qué sirve el periodismo?, se debe responder que: “El propósito principal del periodismo es proporcionar a los ciudadanos la información que necesitan para ser libres y capaces de gobernarse a sí mismos” (Kovach y Rosenstiel, 2003, p. 24).

Varios autores han asociado la información con libertad. Y Furio Colombo añade: “El riesgo del silencio es mil veces mayor que el riesgo de la palabra. Todas las historias de la dictadura lo demuestran” (1999, p. 52).



1.1.3 Los fundamentos del periodismo

El periodista Gabriel García Márquez expresó una vez que “el mundo se le está escapando al periodismo” (Abello, J., 2008, p.19):

Gabo nos manifestaba su preocupación por la extraordinaria marea de cambios que afectan al periodismo en estos tiempos, mientras que medios y periodistas parecen andar a la saga. La realidad está desbordando la capacidad de los medios informativos, cada día se hace más difícil la pretensión de los periódicos o de los noticieros de televisión de recopilar toda la

información relevante y ofrecer a su público un concepto redondo sobre el día del mundo que se vive. Es como si el periodismo quisiera explicar y contar con fórmulas caducas un mundo nuevo que está emergiendo y que tiene como partera la dinámica de la globalización.

Como apunta el periodista Javier F. Barrera, si algo certifica el siglo XXI “es que el periodismo y los medios, para sobrevivir, deben volver a sus orígenes” (2010, p.9). Hoy más que nunca hay que recuperar lo viejo para afrontar con éxito lo nuevo. Los principios fundacionales de la profesión, entre ellos compromiso, pasión y búsqueda de la verdad, no son obsoletos, sino necesarios.

“Hace falta más periodismo, mejor periodismo. El escenario de la pluralidad informativa, de la multiplicación de las voces, de las fuentes convertidas en medios y del festival de las filtraciones está poniendo en evidencia que el contraste, el análisis, la profundidad y el contexto son algunas de las funciones periodísticas a las que no sólo no podemos renunciar, sino que se han vuelto más estratégicas que nunca” (Orihuela, J.L. 2010, p.13).

¿Cómo lograr devolverle al periodismo su papel activo en la construcción de la democracia? Los norteamericanos Bill Kovach y Tom Rosenstiel (2003, p. 18) proponen recuperar 9 elementos fundamentales:

Los elementos del periodismo

1. La primera obligación del periodismo es la verdad.
2. Debe lealtad ante todo a los ciudadanos.
3. Su esencia es la disciplina de verificación.
4. Debe mantener su independencia con respecto a aquellos de quienes informa.
5. Debe ejercer un control independiente del poder.
6. Debe ofrecer un foro público para la crítica y el comentario.
7. Debe esforzarse por que el significante sea sugerente y relevante.
8. Las noticias deben ser exhaustivas y proporcionadas.
9. Debe respetar la conciencia individual de sus profesionales.

El primero, la obligación del periodismo es la verdad, está íntimamente relacionado con el problema de la objetividad, una cuestión discutida en el campo de las investigaciones en ciencias sociales. Si bien el periodismo informativo debe aspirar siempre a ésta, en la producción informativa la objetividad se entiende como un método: es importante que se distribuyan las tareas de investigación, de verificación, de esclarecimiento y de búsqueda.

Es decir, a pesar de la fragilidad y vulnerabilidad del sistema de informaciones, en las noticias, la objetividad es la cualidad para reportar y redactar los hechos sin sesgos ni prejuicios, ateniéndose sólo a aquello que el periodista ha presenciado o se le ha dado a conocer, sin comentarios personales ni juicios de valor.

Más aún, “este primer principio del periodismo –su desinteresada búsqueda de la verdad— es lo que en última instancia lo diferencia de otras formas de comunicación” (Kovach y Rosenstiel, 2003, p. 52).

En cuanto al segundo fundamento, debe lealtad ante todo a los ciudadanos, cabe recordar que “el periodismo está en su mejor momento cuando es un asesor independiente del público, no cuando se inclina ante sus humores”, y que “son malos momentos para el periodismo aquellos en los que el sistema informativo aparece vinculado de modo directo e inequívoco a los intereses de una clase dirigente o de un sistema político” (Furio, C. 1997, p. 10).

Un periodista no está al servicio ni de un partido político ni de una empresa privada ni de una industria del entretenimiento ni siquiera de un país; está al servicio del ciudadano, lector o espectador, que requiere de una información independiente. **Independencia** se define como: “libertad frente a cualquier otra obligación que no sea la de la fidelidad al interés público” (Kovach y Rosenstiel, 2003, p. 76), en un marco legal de derecho a la información y la libre expresión.

Ante la marea de informaciones que se producen día con día a través de múltiples y variados medios de comunicación, otro principio fundamental de la labor informativa profesional es la de verificar los datos, contrastar las fuentes de información y de sospechar de las versiones oficiales y, sobre todo, de las no oficiales.

El peor riesgo de la falta de verificación es que un rumor se convierta en noticia. Incluso, “el periodismo se diferencia del entretenimiento, la propaganda, las obras de ficción o el arte por su disciplina de verificación”: “El entretenimiento –y su primo hermano, el infotainment—se concentra en la diversión. La propaganda vende hechos o los inventa con el fin de alcanzar su verdadero objetivo: la persuasión o la manipulación. Las obras de ficción inventan escenarios y personajes para crear una impresión más personal de lo que llamamos verdad. Únicamente el periodismo se centra en el relato fidedigno de los hechos” (p. 101). De esta forma, resulta fundamental que los medios y los periodistas mantengan su independencia con respecto a aquellos de quienes informa.

Los cuatro fundamentos restantes: ofrecer un foro público para la crítica y el comentario, esforzarse por que el signifiante sea sugerente y relevante, ofrecer noticias exhaustivas y proporcionadas y, sobre todo, respetar la conciencia individual de sus profesionales, están intrínsecamente relacionados con la responsabilidad social de los medios, así como la deontología profesional de los periodistas.



Actividad de repaso

¿VERDADERO O FALSO?

Pregunta 1.

¿La verificación de datos es una de las principales responsabilidades que tienen los medios de información?

- a. VERDADERO
- b. FALSO

Pregunta 2.

¿La superabundancia de información hace cada vez más necesaria la función de filtro del periodista?

- a. VERDADERO
- b. FALSO

Pregunta 3.

¿El periodismo debe servir al interés de instituciones privadas?

- a. VERDADERO
- b. FALSO

Las respuestas correctas:

1. VERDADERO
2. VERDADERO
3. FALSO

1.2 La responsabilidad social de los medios y los periodistas

Decía Ryszard Kapuscinsky: “Olvidamos que un periodista es un ciudadano del común. Entonces, como periodistas debemos tener responsabilidad no sólo profesional, sino en sentido ciudadano: ¿Es esto bueno para mi ciudad, para mi nación o para mi patria? No en el sentido partidario, sino en el sentido más alto de la responsabilidad” (Martínez, O. 1999, p. 39)

Ejercer la ciudadanía sólo es posible gracias a la existencia de un sistema democrático que implemente la libre difusión de información y de opiniones, que aporten elementos para decidir sobre el destino social de un país. Por eso, la condición de ciudadanía únicamente puede ejercerse si se garantiza, promueve y respeta el derecho a la información.

1.2.1 Derecho a la información

El verdadero respeto al interés público y la responsabilidad social del periodismo sólo se logra con el ejercicio proporcionado y justo del [derecho a la información](#) y la libre expresión, de acuerdo con diversas leyes, reglamentaciones y [códigos éticos](#) tanto del medio como del periodista.

El derecho a la información permite a la ciudadanía acceder a la información sobre la gestión pública, particularmente los órganos del Estado. Este derecho, regulado por normas jurídicas, no puede ser efectivo sin que exista un Estado comprometido con la rendición de cuentas y la transparencia del ejercicio de sus funciones.



El artículo 6º de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos establece que: “La manifestación de las ideas no será objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa, sino en el caso de que ataque a la moral, los derechos de terceros, provoque algún delito, o perturbe el orden público; el derecho de réplica será ejercido en los términos dispuestos por la ley. El derecho a la información será garantizado por el Estado” (Diario Oficial de la Federación, 2007).

Sabías que...

Suecia fue el primer país en crear una ley de la libertad de expresión en 1776. Además, en su modelo de periodismo se propuso la creación del ombdusman de la prensa y las disposiciones a favor del libre acceso a los documentos oficiales.

El concepto de **ombdusman** fue creado en 1806, en consonancia con el respeto a los derechos del hombre. El propósito de esta figura es el de contar con una prensa autorregulada y cumple con varias funciones, como proteger la libertad de prensa, salvaguardar al ciudadano, asistirlo y atender las quejas de los lectores que se han sentido ofendidos o dañados por lo publicado en los periódicos.

Asimismo, en México la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental garantiza que el derecho a la información se cumpla y se utilice de manera racional y productiva. En su exposición de motivos, esta ley postula lo siguiente:

Actualmente y gracias a la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental, el derecho a la información y el libre acceso a la misma constituyen una garantía que se encuentra estrechamente vinculada con el respeto a la verdad, elemento fundamental para garantizar una verdadera democracia participativa, así como de mecanismos de gobernabilidad. A su vez contribuye a la disminución de la corrupción y fomenta la transparencia en la toma de las decisiones públicas. (Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental, 2006).

La responsabilidad del periodista

Ser periodista no es tanto un derecho, como una responsabilidad; no es tampoco un instrumento de satisfacción de reducidos intereses personales al amparo del amplio manto de las libertades públicas. Ser periodista implica, sobre todo, un compromiso con el interés del público y con el bien común (Villanueva, E., 2002).

En el marco internacional, la libertad de expresión está estipulada en el artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, donde dice que: “Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de 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.”

Ligas de interés

- » Texto de la LFTAIPG publicado por el Instituto Federal de Acceso a la Información Pública (IFAI).

[Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental](#)



En general, los instrumentos regulatorios como estos coinciden en velar por el cumplimiento de valores del periodismo tales como: apego a la verdad; libertad; objetividad; imparcialidad; independencia; respeto por el público; pluralidad, así como, con especial énfasis en la actualidad; el reconocimiento de los nuevos problemas sociales y sus soluciones.

1.2.2 Teoría de la responsabilidad social de los medios

Para enfrentar los nuevos retos del mundo contemporáneo, es necesario hacer pública la responsabilidad social del periodismo. De ahí la importancia de entender el paradigma que recupera el sentido de servicio a la sociedad que debe brindar la prensa.

Creada en las primeras dos décadas del siglo XX, en el marco de las democracias, la teoría de la responsabilidad social de los medios se basa en la idea de que no basta informar con libertad, sino ser responsable de esa libertad. A esto se le llama **libertad positiva**, es decir, una libertad que se ejerza en un marco de respeto a los derechos humanos de las personas. Asimismo, no sólo hablar de los problemas que aquejan a la sociedad, sino de sus consecuencias y sus posibles soluciones.

Ya en 1963, los teóricos de la comunicación estadounidenses Siebert, Peterson y Schramm definieron, en sus *Cuatro teorías de la prensa*, los principios de responsabilidad social que debían cumplir los medios.

Teoría de la responsabilidad social de los medios

- » Los medios de comunicación tienen unos objetivos definidos y positivos, una misión social y pública, con una responsabilidad ante la sociedad.
- » La libertad de información supone unos derechos para los receptores, no limitados al derecho negativo de dejar de adquirir unos medios y pasarse a la competencia.
- » Este planteamiento positivo obliga a la Administración del Estado a facilitar información a los medios, excepto en lo que se refiere a asuntos relacionados con el secreto militar o

la seguridad interior.

- » La propiedad y el control de los medios deben concebirse como un servicio público y no como un privilegio.
- » Los medios de comunicación deben aceptar y cumplir determinadas obligaciones con la sociedad.
- » Estas obligaciones deben cumplirse estableciendo un nivel profesional o alto de información, veracidad, exactitud, objetividad y equilibrio.
- » Los medios deben autorregularse dentro del marco legal y de las instituciones establecidas.
- » Los medios deben evitar todo aquello que induzca al delito, la violencia o el desorden civil, o bien, resulte ofensivo para las minorías étnicas o religiosas.
- » Los medios deben ser pluralistas y reflejar la diversidad de la sociedad, concediendo acceso a los distintos puntos de vista y al derecho a réplica.

Ligas de interés

- » Estándares periodísticos y códigos éticos para la comunicación, la información y la libertad de expresión

[Código de ética periodística internacional estipulado por la UNESCO](#)

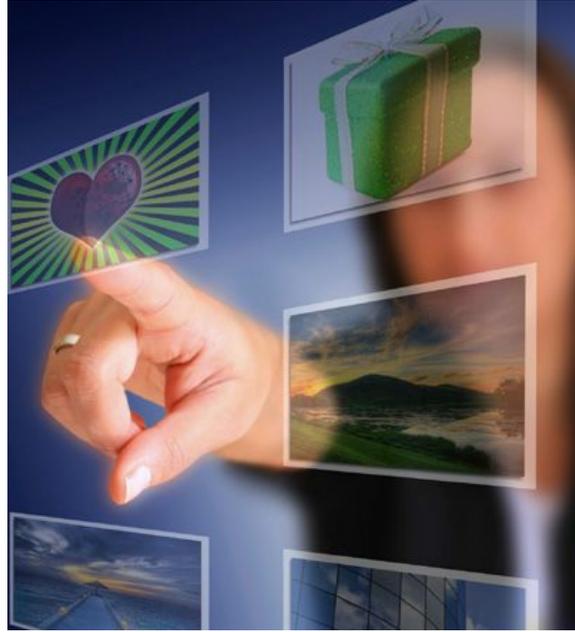
De igual forma, en 1976, la agencia de Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura ([UNESCO](#)) advertía, en su “Informe McBride”, la necesidad de procurar un flujo de información balanceado y horizontal, tanto a nivel nacional como entre países. El Movimiento por un Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación (NOMIC) proponía que los medios debían observar mayor justicia, igualdad, reciprocidad en el intercambio de información, menor dependencia, menor difusión de mensajes en sentido descendente, mayor autosuficiencia e identidad cultural.



Gobierno nacional democrático



Organizaciones de medios



Audiencia activa: lectura de rechazo, aceptación o negociación de la información que le atañe

Figura 1.2 Modelo de comunicación horizontal y bidireccional en la teoría de Responsabilidad social de los medios

Recursos

- » [Código internacional de ética periodística de la UNESCO](#)

Los principios del NOMIC

- » Eliminación de los efectos negativos de determinados monopolios, públicos o privados, y de las excesivas concentraciones.
- » Pluralidad de fuentes y canales de información.
- » Libertad de prensa y de información.

- » Libertad para los periodistas y para todos los profesionales de los medios de comunicación; una libertad inseparable de la responsabilidad.
- » Habilitación de los países en desarrollo para mejorar sus propias situaciones, sobre todo en lo que respecta a la adquisición de equipo propio, entrenamiento de personal, recuperación de infraestructura, además de capacitación de sus medios informativos y de comunicación, para sintonizarse con sus propias necesidades y aspiraciones.
- » Respeto a la identidad cultural de cada pueblo y al derecho de cada nación para informar al público internacional sobre sus intereses, aspiraciones y respectivos valores sociales y culturales.
- » Respeto al derecho de todos los pueblos para participar en el intercambio internacional de información, con base en la igualdad, la justicia y el beneficio mutuo.
- » Respeto al derecho de la colectividad, de los grupos étnicos y sociales, así como de los individuos para tener acceso a las fuentes de información y participar activamente en los flujos de comunicación (Lozano, JC., 2007, p.88).

Así, para materializar el ejercicio responsable del periodismo, organismos mundiales y asociaciones que velan por el derecho a la información y la libertad de expresión proponen el concepto de **autorregulación**, mediante la adopción de códigos éticos elaborados por el propio gremio.

Según Ernesto Villanueva (2002), los códigos deontológicos de la prensa representan un compromiso público de actuación, un esfuerzo por preservar la credibilidad ciudadana en la información que proporcionan los medios, y una apuesta por mantener el prestigio profesional del periodista.

1.2.3 Ética periodística

Los códigos éticos consisten en obligaciones comunes aceptadas por los profesionales sin ningún tipo de coacción para el ejercicio responsable de su oficio. La ética periodística es una herramienta de autorregulación, que apela a la autonomía y recupera el sentido de responsabilidad individual. Según la Convención Internacional para la Protección de los Periodistas (ICPJ, por sus siglas en inglés), existen alrededor de 236 códigos implementados ya sea por medios de comunicación, federaciones de periodistas u organismos internacionales como la UNESCO.

El artículo 3º del Código internacional de ética periodística de esta agencia de Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, expresa que: “En el periodismo, la información se comprende como un bien social, y no como un simple producto. Esto significa que el periodista comparte la responsabilidad de la información transmitida. El periodista es, por tanto, responsable no sólo frente a los que dominan los medios de comunicación, sino, en último énfasis, frente al gran público, tomando en cuenta la diversidad de los intereses sociales”. Por su parte, el artículo 7º indica que “las normas profesionales del periodista prescriben el respeto total de la comunidad nacional, de las instituciones democráticas y de la moral pública” (Código Internacional de Ética Periodística de la UNESCO).

Código Europeo de Deontología del periodismo

- » El ejercicio del periodismo comprende derechos y deberes, libertad y responsabilidad.
- » En las empresas informativas debe existir transparencia en materia de propiedad y gestión de los medios de comunicación, posibilitando el conocimiento claro de los ciudadanos sobre la identidad de los propietarios y del nivel de su participación económica en los medios de comunicación.
- » Ni los editores o propietarios ni los periodistas deben considerarse dueños de la información.
- » Los medios de comunicación median y prestan el servicio de la información y los derechos que poseen en relación con la libertad de información.

Ligas de interés

- » [Código de ética](#)

La mayoría de los códigos se centran en principios generales, tales como rigurosidad, imparcialidad, profundidad en la información, no emitir juicios sin pruebas y respecto al derecho de intimidad. Pero así como en la actualidad se necesita del periodismo especializado (para ciencia, educación, derechos humanos, negocios, economía, cultura, medio ambiente), los códigos también deben estar listos para ser una verdadera herramienta que ayude a los profesionales en el desarrollo de su trabajo.

Los beneficios que aportan los **códigos deontológicos** son múltiples: aumentan la credibilidad de los medios; mantienen el prestigio de la profesión, por lo tanto su influencia; evitan la intervención del Estado; amparan a las empresas mediáticas; los profesionales obtienen una protección contra las posibles presiones o exigencias de la dirección, contrarias al servicio público.

No hay que olvidar que el periodista es sobre todo responsable hacia cuatro grupos:

- » Hacia sus pares
- » Hacia las personas involucradas en las informaciones
- » Hacia los usuarios de los medios (lectores, televidentes)



Figura 1.3 Códigos de ética tripartitas

En la actualidad, es importante que las tendencias de la ética periodística estén correlacionadas con las del periodismo; así se logrará concebir a la pluralidad como un indicativo del modo actual –o futuro— de entender la función de los medios y el periodismo en nuestras sociedades.

También, cabe destacar que dependiendo del tipo de información será su tratamiento.



El periodista debe comprender, identificar y saber actuar de manera ética sobre temas delicados, o que puedan resultar peligrosos, tales como catástrofes y tragedias, inmigración, racismo, género, xenofobia, terrorismo y discapacidad.

Diez puntos clave a tomar en cuenta para el tratamiento informativo

1. Reconocimiento de la importancia actual de los medios.
2. Toma de conciencia del enorme impacto negativo que puede seguirse de un funcionamiento inapropiado de los medios.
3. Apelación al ideal de responsabilidad social de los medios.
4. Compatibilidad con la libertad de expresión.
5. Reconocimiento del contexto exigente y complejo del trabajo actual de los medios.
6. Crítica.

7. Refuerzo del ideal de compromiso ético del periodista.
8. Promoción de un periodismo de soluciones.
9. Promoción de un periodismo movilizador.
10. Promoción de un periodismo de servicio. (Aznar, H., 2004).

Es importante entender a los medios como un configurador elemental de las sociedades y, reconocer, por consiguiente, la influencia que ejercen en diversos ámbitos. Así, el periodismo puede ser un arma de dos filos. Cuando se realiza una actividad incorrecta en los medios, ésta puede ser un obstáculo más para la resolución de problemas. Cuando se reconoce el papel positivo que pueden jugar los medios, se cumple con el principio de responsabilidad social aplicado a su labor, y será parte importante en la solución de conflictos.

Sabías que...

Un caso sonado en el que se puso en tela de juicio la responsabilidad ética del periodismo fue el del espionaje telefónico realizado por periodistas del diario sensacionalista *News of the World*, propiedad del magnate de los medios Robert Murdoch. El detonante se dio cuando el 4 de julio de 2011, *The Guardian* reportó que Glenn Mulcaire, investigador privado, había recolectado datos personales sobre la familia de Milly, un niña desaparecida en marzo de 2002, cuyo cadáver fue encontrado seis meses después. De acuerdo con la averiguación, el *News of the World* contrató al detective para que irrumpiera en el correo de voz de la chica, incluso borrando mensajes que podrían ser evidencias para la policía.

En consecuencia, y luego de la investigación judicial en su contra, este diario británico tuvo que cerrar el 10 de julio de 2011.

Otro de los factores que deben tomarse en cuenta son las exigencias competitivas derivadas de su carácter empresarial, así como los efectos distorsionadores de rutinas productivas, como la inmediatez de la información. Por tanto, también la ética del periodista debe ajustarse a los cambios que se están viviendo dentro de los medios de comunicación.

Sin embargo, la deontología tiene dos niveles: el fundamental y la puesta en práctica diaria. Ningún código ético puede prever todos los casos. A menudo hay que tener sentido común o un “sentido moral”, resultado de la reflexión, ante dilemas éticos.

En suma, no hay que olvidar que el cumplimiento y ejercicio del derecho a la información y la libre expresión, a través de los códigos deontológicos y la autorregulación de los medios, son el camino para un periodismo plural; meta que es posible alcanzar a través de la participación, discusiones interdisciplinarias, diálogo con diferentes grupos sociales y el uso de un lenguaje común basado en los derechos humanos, en suma, del poder de la palabra.

Actividad de repaso

OPCIÓN MÚLTIPLE

1. En México, ¿qué ley garantiza que el derecho a la información se cumpla y se utilice de manera racional?

- a. Código internacional de ética periodística de la UNESCO.
- b. Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental.
- c. Códigos éticos.

2. ¿Qué instrumentos prescriben obligaciones comunes aceptadas por los profesionales sin ningún tipo de coacción, para el ejercicio responsable del periodismo?

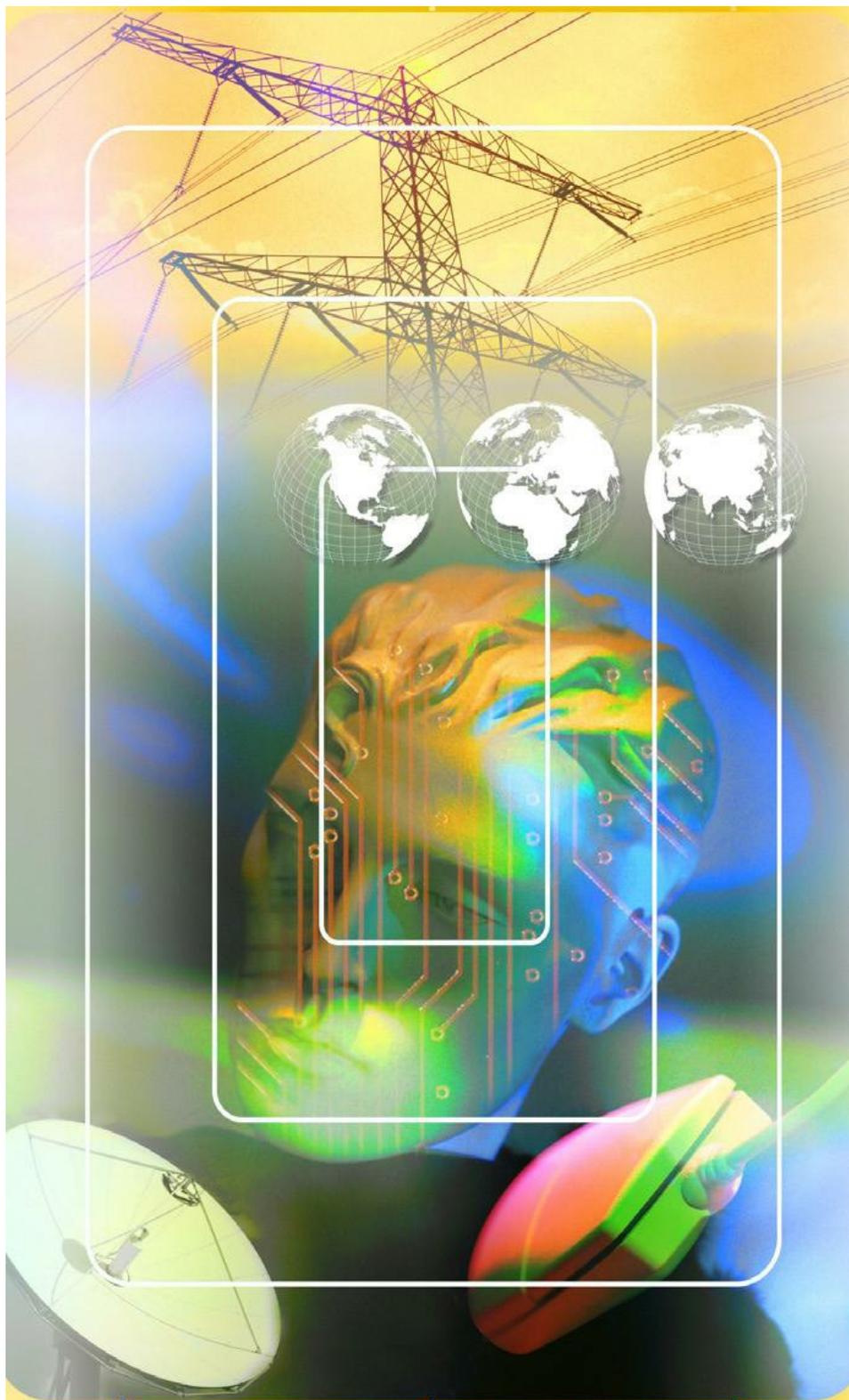
- a. Código internacional de ética periodística de la UNESCO.
- b. Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental.
- c. Códigos éticos.

3. ¿En qué reglamentación se estipula la responsabilidad social de los medios?

- a. Código internacional de ética periodística de la UNESCO.
- b. Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental.
- c. Códigos éticos.

Las respuestas correctas:

1.
 - b. Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental.
2.
 - c. Códigos éticos.
3.
 - a. Código internacional de ética periodística de la UNESCO.



1.3 Nuevos retos del periodismo en el siglo XXI

La sociedad actual se encuentra en la era de la información y, a pesar de los grandes avances en los medios y las nuevas tecnologías, así como las cada vez mayores posibilidades de comunicarse de manera global, el contexto contemporáneo aún impone importantes retos para el periodismo escrito. Nuevos modelos de información son necesarios ante el surgimiento de nuevas tecnologías de comunicación; un nuevo perfil de periodista se erige en el siglo XXI, y cada vez más se ejerce en el mundo un periodismo sin fronteras.

1.3.1 Nuevas tecnologías, nuevos modelos de información

El periodismo está en transición una vez más; ya ha vivido otras entre el siglo XIX y el XX, con la revolución industrial, la profesionalización de los medios y su comercialización. Los ejes principales de esta nueva revolución son la globalización económica y el desarrollo de nuevas tecnologías de comunicación. El periodismo, en consecuencia, está sufriendo una transformación. En *La tiranía de la comunicación*, Ignacio Ramonet lo explica de este modo:

La información se caracteriza hoy por tres aspectos. El primero es que si durante siglos fue muy escasa, casi inexistente, hoy es superabundante. La segunda característica es que la información, de un ritmo relativamente parsimonioso y lento en otros tiempos, es hoy extremadamente rápida. Podemos señalar que el factor rapidez está íntimamente asociado a la información, forma parte de su historia. Y esta relación ha alcanzado un límite que hoy plantea problemas, ya que su velocidad es la de la luz y la de su instantaneidad. La tercera componente es que la información no tiene valor en sí misma en relación, por ejemplo, con la verdad o en relación con su eficacia cívica. La información es, antes que nada, una mercancía. En tanto que mercancía está esencialmente sometida a las leyes del mercado, de la oferta y la demanda, y no a otras reglas como podrían ser las derivadas de criterios cívicos o éticos (1998, pp. 48-49).



Así, el periodismo se enfrenta a repercusiones importantes. Muchos se preguntan si el periodista seguirá siendo necesario, si la prensa en papel tiene aún futuro y si la sociedad perderá, diluida entre redes cibernéticas y grandes masas, la información que sirva a sus ciudadanos para ser libres y autogobernarse. Lejos de las creencias pesimistas, el panorama para el periodismo en el siglo XXI es quizá más alentador que nunca.

No se debe olvidar que detrás de los instrumentos están las personas; sin embargo, es verdad que los medios de comunicación son cada vez más poderosos y su penetración social inabarcable. Se han abolido fronteras y roto jerarquías. Pero, pese a los riesgos que esto pudiera tener, se presenta una nueva oportunidad: que los medios vuelvan a estar en manos de los ciudadanos.



Es debido a esta posibilidad que se habla de una nueva democratización de los medios. Hasta ahora, la comunicación había sido vertical y unidireccional, es decir, iba del acontecimiento, al medio y de ahí al ciudadano, considerado un lector pasivo, sin mayor capacidad de respuesta. A partir del acceso al Internet y, con ello, a un nuevo medio de comunicación, el lector se convierte en un usuario de la información, con poder de decisión sobre lo que recibe y con una cada vez más amplia capacidad de participar en el proceso de producción informativa. La idea de la autoinformación ha cobrado fuerza y, para el periodista, el desafío de dominar las nuevas tecnologías.



Fuentes



Medios



Audiencia masiva heterogénea

Figura 1.4 Comunicación unidireccional: Medios tradicionales



Figura 1.5 Comunicación multidireccional: Medios digitales

Jamás ha existido nada parecido a una lógica interna de la tecnología; todo lo contrario, la invención, el desarrollo y la aplicación de las nuevas tecnologías de la comunicación y la información suelen estar influidos por el contexto económico, político y social. Si no se aprovechan los nuevos medios como instrumentos para generar contenidos, el discurso digitalista genera falazmente las expectativas de cambio que los ciudadanos desean oír —más igualdad, más democratización, más seguridad, mejor educación— (Almirón y Jarque, 2008, p. 19).

La World Association of News Papers, que ha realizado foros en los que se analiza el futuro de los periódicos como prometedor; defiende el poder de la prensa y emprende estrategias para impulsar su defensa y desarrollo en medio de la crisis económica. “We’ve done the search. You only have to turn the pages”, es uno de sus slogan.

Y es que pensar que se está aún lejos del fin de los periódicos es la idea que una sociedad democrática debe defender. Paul Starr advierte, en un amplio ensayo sobre el tema, que decir adiós a la prensa puede significar dar la bienvenida a una nueva era de corrupción. Ante el “rumor en torno a que los diarios impresos están en crisis y sólo unos pocos soportarán los desafíos que implica Internet”, se cuestiona qué hay de cierto en ello y advierte que podría afectar a la vida democrática.

Sabías que...

Según la Asociación Mundial de Periódicos (WAN, por sus siglas en inglés), los periódicos representan una industria que se conecta con 1,7 mil millones de personas de todas las edades y credos todos los días. Dice: "Producimos productos de marca fuerte de diferentes formas y tamaños, de diferentes calidades, de diferentes colores políticos, y entregamos los productos en diversas formas.

Ligas de interés

- » Asociación mundial de periódicos que ofrece información y datos de interés sobre el mundo del periodismo.

[World Association of New Papers](#)

La cobertura informativa no es todo lo que nos han dado los periódicos. Éstos también han brindado al público un poderoso medio de ventaja sobre el Estado, y hoy esta ventaja está en riesgo. Si tomamos en serio la noción de los periódicos como el cuarto poder, el fin de la era de los periódicos implica un cambio en el sistema político mismo. Los periódicos han ayudado a controlar las tendencias a la corrupción tanto en el gobierno como en los negocios. Si queremos evitar una nueva era de corrupción, habremos de reunir ese poder por otros medios. Nuestras nuevas tecnologías no nos despojan de nuestras viejas responsabilidades (Starr, P., 2009, p. 26).

Por otra parte, no hay que perder de vista que Internet aún no es un medio totalmente expandido y democratizado, sobre todo en los países en vías de desarrollo. Una de las consecuencias de esto es que, si bien se cuenta con mayor acceso a una gama de publicaciones y debates más amplia que nunca, al mismo tiempo muchas personas sabrán menos sobre lo que sucede en el mundo.

Lo cierto es que, como dice Ignacio Ramonet, "los aviones no sustituyen a los barcos", y quizá no exista un mejor momento para el periodismo que los que se viven en la actualidad. En realidad, como lo hace ver Javier F. Barrera, Internet no es el problema ni tampoco la solución para el periodismo: "La cuestión es que --el siglo XXI-- entra en la historia del periodismo como los años de la 'Tormenta Perfecta' que concibe una crisis económica global, sanciona el cambio del ecosistema informativo y certifica que los ciudadanos se informan como les da la gana" (2010, p.9).

Sabías que...

Las ventas globales de los periódicos van en aumento (casi el 10 por ciento en los últimos cinco años), se espera que crezca su publicidad un 17 por ciento en los próximos cinco años, a un ritmo mayor que los últimos cinco años. El periódico impreso aún es el medio de

publicidad más grande del mundo (con una cuota del 42 por ciento), y los ingresos por publicidad en los periódicos por sí solos superan el total combinado de radio, al aire libre, cine, revistas y, sí, el internet" (<http://www.wan-ifra.org/>)

Pero después de la tormenta, viene la tempestad y, en el horizonte aparece, para los periodistas, la oportunidad de volver a los orígenes, apostar por la calidad de los contenidos que generan y compartirlos con el mundo entero, utilizando para ello la gran herramienta que es la web.

Dice Ramonet: "Frente a todas las transformaciones a que nos vemos finalmente confrontados, debemos preguntarnos para qué problemas el periodismo puede aportar soluciones en el contexto actual. Si sabemos responder a esta pregunta, el periodismo no será abolido nunca" (1998, p. 55).

Incluso, al contrario de lo que se pudiera pensar que constituye la amenaza de una crisis del periodismo como negocio y como profesión, tal vez los cambios del siglo XXI sean la promesa de un oficio periodístico más solidario, más abierto y más democrático.

La ironía de la manía digital radica en que en realidad Internet está contribuyendo también al crecimiento de la industria del periodismo social, con nuevas formas y contenidos e información que se intercambia más rápido que nunca. Cambian las formas, los medios y los lenguajes, pero el reto de mantener los principios tradicionales de la profesión aún continúa.



1.3.2 El perfil del periodista del siglo XXI

Como ha afirmado Gideon Lichfield, "Internet ha provocado severos problemas en la actividad de los diarios: caída de las ventas, desgaste de la autoridad de los viejos periodistas, crisis del reportaje de investigación. Esto puede ser bueno o no; lo cierto es que nos obligará a ser inventivos y buscar nuevos modelos" (*Letras libres*, 127, 28-35).

En ese sentido, el perfil del periodista se ha tenido que modificar. De ser un reportero dedicado a un solo medio y una fuente determinada, ha pasado a ser un *multiusos posmoderno*,

es decir, sus funciones se han multiplicado y diversificado según las necesidades de la convergencia multimedia. Hoy, un periodista debe saber utilizar los diversos lenguajes mediáticos: escrito, visual, audiovisual y digital. Al mismo tiempo, debe especializarse cada vez más en su campo, pues es su experiencia y conocimiento lo que lo diferencia de un *ciudadano reportero*.

El siglo XXI despunta con los periodistas empujados a convertirse en gestores de contenido en la era de Internet: Del ideal profesional del reportero que investiga o denuncia, o que se sumerge a una región o acontecimiento para contarlos luego en magníficos reportajes, estamos pasando a la propuesta del *media worker* que debe dominar las tecnologías y lenguaje multimedia, manejar bases de datos, hacer los talleres de periodismo asistido por computadora o informar cada vez más en tiempo real (Abello, J., 2008, p.19).

Así, el periodista del siglo XXI requiere más que nunca de la profesionalización y de la capacitación. Pero sobre todo, de ser consciente de las implicaciones, funciones e importancia que tiene su oficio en nuestros días.

Así lo explica Gabriel García Márquez (1996):

“Creo que es la prisa y la restricción de espacio lo que ha minimizado el reportaje, que siempre tuvimos como género estrella, pero que es también el que requiere más tiempo, más investigación, más reflexión, y un dominio certero del arte de escribir. Es en realidad la reconstitución minuciosa y verídica del hecho. Es decir: la noticia completa, tal como sucedió en la realidad, para que el lector la conozca como si hubiera estado en el lugar de los hechos”.

Quizás el periodista se ha confiado demasiado en las herramientas tecnológicas, cuando las verdaderas destrezas que lo distinguen del resto de la humanidad son intelectuales y narrativas. La labor de informar descansa en propósitos tan nobles como contar las historias que se viven todos los días y que a todos afectan; darle voz a los que menos tienen. Vienen nuevos modos de pensar y de narrar las realidades más cercanas a la gente, más hipertextuales y más visuales quizá, pero se trata de contar historias al fin.



“Hay futuro para el periodismo no complaciente, inteligente, crítico, bien escrito y bien dicho, para la creatividad aplicada a la visualización de la información, para una mayor y mejor articulación con las audiencias convertidas en usuarios. Hay futuro para el periodismo mejorado” (Orihuela, JL., 2010, p.13).

Juan Luis Cebrián (2008), fundador del periódico español *El País*, ha coincidido con esta misma idea. El ex director de uno de los diarios más importantes de habla hispana ha reconocido que quizá no volvería a fundar nunca un periódico en papel, pero que eso no significa que se dedicara a otra cosa que no fuera el periodismo.

Los periodistas del siglo XXI que sobrevivan con éxito a los cambios serán aquellos que se hiper-especialicen, construyan su marca personal y sepan diversificar sus fuentes de ingresos para vivir de ello; los portales temáticos de periodistas individuales o pequeños grupos de colegas parecen ser una buena opción. La red abre nuevos senderos.

Decía Emile Dovifat (1960) que el periodismo es una actividad firmemente ligada al momento y a la marcha de la técnica. Por eso requiere una eficiencia y un amor al trabajo sin desmayo, una percepción clara y permanente de los acontecimientos, conocimientos fácilmente utilizables, observación aguda y la capacidad de lograr una descripción certera, convincente y con un lenguaje eficaz. No hay que olvidar que son los periodistas los que hacen a los medios y no al revés.

1.3.3 Periodismo sin fronteras

Debido a la comunicación digital, se dice que la nueva sociedad es global, pero habría que comprender mejor su funcionamiento y pensar sus implicaciones. ¿Hasta qué punto los medios y los ciudadanos convergen? Pareciera que en la red todo vale, pero al mismo tiempo es aún una herramienta inconmensurable. Aún falta comprensión del comportamiento de los usuarios y de la plataforma. Ahora Internet es una marca mundial, pero en muchos casos todavía no se sabe cómo se utiliza ni para qué se usa.

Recursos

- » Entrevista con el director de opinión del diario El Universal, acerca de los retos del periodismo en el siglo XXI.

[Retos del periodismo en el siglo XXI](#)

A través de la información y, con mayor énfasis, del análisis y la opinión experta en torno a los sucesos de actualidad, los periódicos generan comunidades de lectores; una identidad bajo el brazo. Con la aparición de nuevos medios han cambiado los perfiles de consumo, los mecanismos de generación de información, las plataformas, la línea divisoria entre hechos y opiniones y, especialmente, la relación entre los medios tradicionales y las redes sociales, no obstante, es necesario saberlo aprovechar.

Algunos frutos de la incorporación de los nuevos actores al terreno de la producción de información son el aprovechamiento de redes sociales (blogs, Facebook y twitter) como fuente y canal de distribución de noticias; nuevos modelos de negocio en web que escapan al tradicional, dependiente de la publicidad; desarrollo de nuevas narrativas (visualizaciones e hipervínculos) y de mayor interactividad con el lector (gráficos interactivos, foros de discusión); redacciones más abiertas y participativas (escritura a dos manos: ciudadano y periodista) e integración de ambos formatos, digital y papel.

En este nuevo ecosistema de medios, el periodismo trasciende cada vez más las fronteras. Por ello, nuevas herramientas como el sistema de filtraciones de [Wikileaks](#), por citar un caso prototípico, ponen en la mesa de discusión los alcances y los límites de la información en una sociedad multicultural, global y cada vez más interconectada.



Figura 1.6 Nuevo Ecosistema de medios.

Más que internacional, es decir, relativa a lo que afecta a los distintos países, la información de hoy es transnacional: los asuntos de los que se ocupan los medios se originan en una nación, sus repercusiones y/o sus soluciones conciernen a otros, incluso alejados del origen. Pero temas referentes a la multiculturalidad, las diferencias raciales, las migraciones y, en general, los concernientes a grupos minoritarios, suelen quedar rezagados en la agenda informativa, o bien, se reproducen en su tratamiento estereotipos y lugares comunes con graves efectos sociales, entre ellos la violencia.

Sabías que...

Gracias a Wikileaks se supo del doble discurso de diversos gobernantes; de los excesos de dirigentes árabes y la magnitud de sus fortunas; de opiniones, declaraciones o acciones de líderes de distintos países que habían sido ocultadas a sus ciudadanos. Se habló, además, de la corrupción de gobiernos y de dineros que financian el terrorismo; que Estados Unidos se ha limitado a advertir en privado de estas conductas, sin recurrir jamás a las denuncias públicas, mientras ordena espiar a varios países en la ONU, así como al Secretario General. Y se conoció, por fin, la opinión de la embajada estadounidense en México sobre los esfuerzos de la policía contra el narcotráfico y el crimen organizado, así como

comentarios descalificativos contra dirigentes de todo el mundo (Javier Moreno, director de *El País*).

En consecuencia, se debe poner mayor énfasis en torno a qué sociedad reflejarán los medios en el siglo XXI. Una sociedad multiétnica con gran diversidad cultural y social requiere de medios cada vez más plurales, enfocados en la integración de grupos distintos y marginales, capaces de llegar a comunidades. Para cumplir a cabalidad con su responsabilidad social, así como con estándares internacionales de calidad, los medios deben promover la apertura y el respeto del otro sin prejuicios y con apego a derechos y principios fundamentales.

Frente a esto, es necesario un enfoque de la actividad periodística centrado en la necesidad y capacidad de ofrecer información que sea incluyente de la diversidad de actores económicos, sociales, culturales y de género. Para lograrlo, la profesionalización y capacitación de medios y periodistas en el tratamiento de estos y otros temas (como medio ambiente y desarrollo sostenible) es de suma importancia.

Ya en los años cuarenta, la Comisión Hutchins, o Comisión de la Libertad de Prensa, planteaba que los medios de información deben “promover el entendimiento racional de la realidad y no el prejuicio racial”, así como proporcionar una imagen representativa de los diversos grupos que constituyen la sociedad.

En los últimos años, las redes internacionales de periodistas están haciendo una importante labor para ofrecer una visión más amplia y objetiva de los fenómenos transnacionales. Se conforman así, por ejemplo, equipos de reporteros de distintas nacionalidades quienes se ocupan de investigar ciertos temas.

En el periodismo digital, la cooperación internacional se refuerza gracias a la omnipresencia que permite la red, a su carácter de medio “sin fronteras”, sin sede física y con la opción del anonimato. Las organizaciones y los trabajos de periodistas de investigación en Internet aún están en fase de conformación y desarrollo, y plantean importantes retos deontológicos, pero una de las ventajas que pueden tener es la de lograr sacar a la luz investigaciones que escapan a la censura de determinados gobiernos, gracias a que se publican de forma virtual.

A final de cuentas, los periódicos son un reflejo de la sociedad en la que se hacen. Vivimos en un mundo globalizado e interconectado, en el que el ciudadano del mundo cumple un rol cada vez más activo. No importa si desaparecen los diarios de papel, mientras no se esfume la información que nutre a la sociedad plural y democrática.

Actividad de repaso

¿VERDADERO O FALSO?

Pregunta 1.

¿Son necesarios nuevos modelos de información ante el surgimiento de nuevas tecnologías de comunicación?

- a. VERDADERO
- b. FALSO

Pregunta 2.

¿Las herramientas tecnológicas sustituyen las destrezas intelectuales y narrativas del periodista?

- a. VERDADERO
- b. FALSO

Pregunta 3.

¿Es necesario un nuevo perfil de periodista, ante los cambios en el ecosistema mediático?

- a. VERDADERO
- b. FALSO

Pregunta 4.

¿El periodista del siglo XXI requiere más que nunca de la profesionalización y de la capacitación?

- a. VERDADERO
- b. FALSO

Las respuestas correctas:

1. VERDADERO

2. FALSO

3. VERDADERO

4. VERDADERO

Ejercicio integrador del capítulo 1

OPCIÓN MÚLTIPLE

1. ¿En qué artículo de la Constitución Mexicana está estipulado el Derecho a la Información?
 - a. En el artículo 3°
 - b. En el artículo 4°
 - c. En el artículo 7°
 - d. En el artículo 6°
2. En el marco internacional, ¿dónde se encuentra estipulado el derecho a la libertad de expresión?
 - a. En el artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos.
 - b. En el Código internacional de ética periodística de la UNESCO.
 - c. En la Ley Federal de Acceso a la Información Pública Gubernamental.
 - d. En la Constitución Política de los Estados.
3. El primer principio, y el más importante, del periodismo es:
 - a. La independencia.
 - b. La verdad.
 - c. La crítica y el comentario.
 - d. La conciencia individual profesional.

4. ¿Cuál es el paradigma que estipula que: “No basta informar con libertad, sino ser responsable de esa libertad”?:

- a. La Ley de Acceso a la Información Pública Gubernamental.
- b. La Declaración Universal de los Derechos Humanos.
- c. La Teoría de la Responsabilidad Social de los Medios.
- d. El Derecho a la Información.

5. ¿Cuáles son instrumentos de autorregulación de los medios?:

- a. Legislaciones estatales.
- b. Derechos Humanos.
- c. Códigos éticos de los periodistas.
- d. Ley Mordaza.

6. Los estándares periodísticos y códigos éticos para la comunicación, la información y la libertad de expresión están estipuladas por la:

- a. ONU
- b. Convención Internacional para la Protección de los Periodistas
- c. Intervención del Estado
- d. UNESCO

7. En su labor profesional, el periodista no es responsable ante:

- a. Sus pares.
- b. Las personas involucradas.
- c. Los usuarios de los medios.
- d. El Estado al que sirve.

8. El periodismo depende de:

- a. Las condiciones sociales, culturales y políticas de un país.

- b. Las decisiones de los monopolios mediáticos.
- c. La opinión pública.
- d. Los periodistas.

9. Representa un método de trabajo ideal a alcanzar en el periodismo responsable:

- a. La ética
- b. La verdad
- c. La objetividad
- d. La investigación

10. ¿Cuál es uno de los grandes retos del periodismo del siglo XXI?:

- a. Decir adiós a los periódicos
- b. Recuperar los fundamentos de la profesión
- c. Reconocer que el periodista está en vías de extinción
- d. Migrar por completo a la tecnología digital

Las respuestas correctas:

1.
 - d. En el artículo 6°

2.
 - a. En el artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos.

3.
 - b. La verdad.

4.
 - c. La Teoría de la Responsabilidad Social de los Medios.

5.
 - c. Códigos éticos de los periodistas.

6.
 - d. UNESCO

7.
 - d. El Estado al que sirve.

8.
 - a. Las condiciones sociales, culturales y políticas de un país.

9.
 - c. La objetividad

10.
 - b. Recuperar los fundamentos de la profesión

Conclusión del capítulo 1

Capítulo 1. Introducción a la práctica del periodismo

En suma, en estos días, dadas las necesidades, retos y desafíos que el contexto actual demanda, es necesario reinventar el periodismo y recuperar las posibilidades que ofrecen los viejos preceptos de la profesión: independencia, credibilidad, denuncia, investigación, creatividad; revitalizar las cualidades y virtudes del periodismo de calidad de antaño, que no ha perdido vigencia y actualidad aun con el paso de los años.

Así, en el campo de los retos que enfrenta “el mejor oficio del mundo”, como lo llama Gabriel García Márquez, predomina el uso responsable de los nuevos medios y herramientas, entendiéndolos siempre como un bien público al servicio de la sociedad. Asimismo, entender las dinámicas mundiales de los medios de comunicación en un contexto de globalización económica y cultural, y de espacios virtuales de intercambio de información y conocimiento, que escapan a las fronteras tradicionales.

Fomentar los esfuerzos individuales de los propios productores de información, de los mejor preparados, así como de nuevos o alternativos medios es sembrar las semillas para obtener nuevos frutos que alimenten nuestras sociedades democráticas. Los conceptos innovadores suelen provenir de unos cuantos. La labor ahora está en manos de los futuros periodistas.



Glosario del capítulo 1

A

Autocensura

Acción que deciden tomar algunos medios o profesionales de la información, debido a posibles actos de represalia en su contra.

Autorregulación

Adopción por parte de medios y periodistas de códigos éticos elaborados por el propio gremio.

C

Ciberperiodismo

El periodismo incorporado a las tecnologías cibernéticas.

Código Deontológico

Conjunto de normas y deberes dirigidos a un colectivo de profesionales para guiar el ejercicio de su profesión desde una perspectiva ética.

Códigos éticos

Obligaciones comunes aceptadas por los profesionales de la información sin ningún tipo de coacción, para el ejercicio responsable de su oficio.

D

Derecho a la Información

Es el marco legal que permite a la ciudadanía acceder a la información sobre la gestión pública, particularmente los órganos del Estado.

E

Entretenimiento

Campo de la comunicación que se concentra en la diversión.

I

Independencia periodística

Libertad del periodista frente a cualquier otra obligación que no sea la de la fidelidad al interés público.

L

Libertad positiva

Libertad que se ejerce en un marco de respeto a los derechos humanos de las personas.

Línea editorial

Conjunto de decisiones valorativas de un medio en torno al ejercicio cotidiano de informar.

M

Media Worker

Perfil del periodista del siglo XXI que debe dominar las tecnologías y lenguaje multimedia, así como informar en tiempo real.

Monopolios mediáticos

Empresas de la comunicación que se encuentran en manos de unas cuantos poderosos grupos.

N

Nuevas Tecnologías de Comunicación

Se refieren a los desarrollos tecnológicos recientes. El resultado del contacto de las personas con estos nuevos avances es el de expandir la capacidad de crear, compartir y dominar el conocimiento. Son un factor principal en el desarrollo de la actual economía global y en la producción de cambios rápidos en la sociedad.

O

Objetividad

Es la cualidad para reportar y redactar los hechos sin sesgos ni prejuicios, ateniéndose sólo a aquello que el periodista ha presenciado o se le ha dado a conocer, sin comentarios personales y sin juicios de valor.

Ombudsman

La palabra ombudsman es de origen sueco. Significa "representante del ciudadano, y trabaja para que las organizaciones sean más sensibles a las personas a quienes sirven. El ombudsman es una persona que investiga los reclamos y hace de mediador en conciliaciones. Centra su atención especialmente entre partes agraviadas tales como un consumidor o un estudiante, y una institución u organización.

P

Propaganda

Actividad comunicacional que vende hechos o los inventa con el fin de alcanzar su verdadero objetivo: la persuasión o la manipulación.

S

Sociedad del info-entretenimiento

Donde las noticias son consideradas mercancía cuyo éxito está basado en ventas, al tiempo que se explota la súper emotividad y el sensacionalismo de los asuntos públicos.

T

Tecnologías de la información

Conjunto de herramientas que permiten la adquisición, producción, almacenamiento, tratamiento, comunicación, registro y presentación de informaciones, en forma de voz, imágenes y datos contenidos en señales de naturaleza acústica, óptica o electromagnética.

U

UNESCO

Organización de Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.

W

Wikileaks

Herramienta de Internet para la filtración de documentos de interés público.

Recursos del capítulo 1

Centro Knight de periodismo para las Américas. Blog de noticias de actualidad y cursos en torno al periodismo en América Latina.

» <http://Knightcenter.utexas.edu>

Declaración Universal de los Derechos Humanos. Texto de Declaración Universal de los Derechos Humanos publicado por Naciones Unidas.

» <http://www.un.org/es/documents/udhr>

Código de ética periodística internacional estipulado por la UNESCO. Estándares periodísticos y códigos éticos para la comunicación, la información y la libertad de expresión

» <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/freedom-of-expression/professional-journalistic-standards-and-code-of-ethics/>

Código internacional de ética periodística de la UNESCO. Documento completo del código.

» http://www.editorialdigitaltecdemonterrey.com/materialadicional/p002/cap1/el_unesco.pdf

“El mejor oficio del mundo”. Discurso del periodista colombiano Gabriel García Márquez sobre el oficio periodístico.

Autor: Gabriel García Márquez

» Fuente:
http://www.fnpi.org/fileadmin/documentos/imagenes/Maestros/Textos_de_los_maestros/el

Fundación Nuevo Periodismo para Iberoamérica. Organismo fundado por Gabriel García Márquez que reúne a periodistas de América Latina y promueve el periodismo de investigación.

» www.fnpi.org

Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental.

Texto de la LFTAIPG publicado por el Instituto Federal de Acceso a la Información Pública (IFAI).

» www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/ref/lftaip.htm

Retos del periodismo en el siglo XXI. Entrevista con el director de opinión del diario El Universal, acerca de los retos del periodismo en el siglo XXI.

Autor: Propio

Nombre del archivo: [002_E1_Retos del periodismo en el siglo XXI_AJ.m4v](#)

World Association of News Papers. Asociación mundial de periódicos que ofrece información y datos de interés sobre el mundo del periodismo.

» www.wan-ifra.org