

PERIODISMO

¿Para qué sirve lo que hacemos?

Una reflexión sobre los dilemas éticos del nuevo periodismo

ALDO ROMERO

PERIODISMO

¿PARA QUÉ SIRVE LO
QUE HACEMOS?

Aldo Romero

Aldo Romero

PERIODISMO

¿PARA QUÉ SIRVE LO QUE HACEMOS?

Primera edición

Febrero 2020

Levantamiento de Texto

Aldo Romero

Corrección de prueba

Lucía Pavón

Diseño de Portada

Eduardo Solórzano

Fotografía

Ada Jackeline Herrera

Rafael Eduardo Romero

Índice Temático

1. Presentación ¿Por qué un Libro de Periodismo?
2. Introducción; Por Livio Ramírez Lozano
3. Voy a contar una historia
4. Periodismo; Para qué sirve lo que hacemos
5. Los medios de comunicación y la crisis de contenido
6. Periodismo, Academia y Medios de Comunicación
7. Periodismo y Auditoria Social
8. La Ética en la Información
9. Periodismo, Información y Ética
10. Dilemas Éticos
11. Dilemas Éticos en la era de las Redes Sociales
12. La Manipulación; Enemigo Poderoso
13. Autorregulación y Autocensura
14. Medios de Comunicación y Sociedad de la Información
15. Las Redes Sociales y el Fenómeno de las Fake News
16. Ética, Desvalorización y Reinención Profesional
17. Periodismo de Calidad y Periodismo Rancio; He allí el Dilema
18. No Todos Somos Periodistas
19. Periodismo o Activismo, Otro Gran Dilema
20. Un Dialogo con el Maestro de la Ética Periodística
21. La Cobertura de la Nota Judicial Policial; Reflexiones Éticas
22. Libertinaje
23. Libertad de Expresión
24. Principios Inquebrantables de la Libertad de Expresión
25. Las Tres Agendas; Pública, Política y Mediática
26. Medios, Política y Sociedad de Masas
27. El Rol de los Medios de Comunicación en el Desarrollo de las Democracias
28. Nuevo Periodismo para una Nueva Generación
29. ¿Comunicadores o Comentaristas?
30. Conviviendo en la Era del Internet (La Netiqueta)
31. Consejos para Estudiantes de Periodismo

AGRADECIMIENTOS

A lo largo de mi vida, Dios ha puesto en mi camino a muchas personas de bien, Hombres y mujeres que en su momento me brindaron su apoyo incondicional, un oportuno consejo, una palabra de ánimo en momentos difíciles, que abrieron puertas para ayudarme a ser mejor persona y mejor profesional.

A todos y todas muchísimas gracias.

Aldo Romero

¿POR QUÉ UN LIBRO DE PERIODISMO?

No es fácil predecir cómo será el periodismo del futuro y mucho menos pronosticar hacia donde se van inclinando las principales necesidades informativas de las audiencias, quizás porque vivimos en momentos de constantes cambios, el mundo avanza muy a prisa y lo que hoy es importante y urgente en un corto tiempo va perdiendo fuerza y valor informativo.

En medio de esa rapidez mediática, el periodismo como actividad profesional no debe perder de vista el valor que tiene ante la sociedad, a pesar de los cuestionamientos que ciertos sectores políticos y económicos, con o sin razón, hacen sobre el oficio, la gente aún abriga la esperanza de convertirse realmente en el sujeto de interés para los periodistas y medios de comunicación.

No es una utopía el anhelo por una profesión fundamentada en la coherencia ética como la clave para la sustentabilidad del buen periodismo y del impacto que este es capaz de ejercer en los diferentes sectores de la sociedad, de allí que se debe fortalecer el grado de responsabilidad y compromiso de los profesionales de la comunicación por ejercer de la mejor manera posible su actividad profesional.

Si bien el periodismo no puede ni debe perder la esencia que le caracteriza, ese proceso minucioso y complejo de recolectar, jerarquizar, sintetizar y divulgar información, tampoco se puede obviar que con la era digital las herramientas cambiaron y que a pesar de la agilidad y el beneficio que la tecnología puede atraer a nuestra profesión, también se han puesto en riesgo factores elementales como la veracidad y el rigor informativo.

El periodista, por tanto, debe procurar en el quehacer diario el estricto cumplimiento a la labor ineludible de confirmar, contrastar y verificar los elementos informativos, la búsqueda de la verdad debe ser un ejercicio constante.

En tal sentido, el libro que hoy ponemos a disposición de la Academia, los Medios de Comunicación, Periodistas, Comunicadores, Estudiantes y público en general, tiene como finalidad convertirse en un espacio de reflexión ética ante los dilemas y desafíos que enfrenta el nuevo periodismo, entre ellos, la necesidad de producir contenidos de valor y calidad para una audiencia cada vez más exigente.

“Periodismo; para que sirva lo que hacemos,” es la recopilación de nuestra experiencia profesional a lo largo de casi tres décadas, es la suma del aporte y la enseñanza que en este servidor han dejado grandes maestros y profesionales de la comunicación social y que a la vez hemos venido compartiendo en las aulas universitarias, es el resultados de largas horas diarias de consultas y de enriquecedoras lecturas publicadas en sitios especializados para el entrenamiento y la capacitación de periodistas.

Pretendemos que este texto se convierta en una renovada apuesta por el periodismo de calidad, por la reinvención de la figura del periodista y la dignificación de una actividad profesional que exige además de verdadera vocación, una adecuada preparación académica y actualización permanente. Ese periodismo en el que nunca se deja de aprender es posible.

Aldo Romero.

INTRODUCCIÓN

Aldo Romero ocupa un merecido lugar en la primera fila del periodismo informativo y analítico que se ejerce en Honduras. Entre el diarismo responsable y la academia que apasiona, ha sabido darse tiempo para publicar el lucido ensayo que hoy pone en las manos del lector, seguramente necesitado de explicaciones racionales y aportes axiológicos, ante una maquinaria comunicacional de carácter sistémico.

Aldo Romero, con prosa ágil y empática cuenta la historia de una vocación, asumida y realizada con voluntad, rigor ético y herramientas conceptuales que hacen de este ejercicio intelectual, un excelente manual para los estudiantes de periodismo.

Su lectura es altamente formativa y orientadora tanto para quienes estudian las ciencias de la comunicación y la información como para el ciudadano capaz de auto concebirse como sujeto protagónico de procesos sociales en los que la democracia y el humanismo beligerante sean realidades indestructibles.

Estos son, en necesarias síntesis, los temas abordados por el autor; Periodismo; para que sirve lo que hacemos. La ética; el principal aliado. Los medios de comunicación y la crisis de contenido. Periodismo, academia y medios de comunicación. Periodismo y auditoria social. Periodismo, Información y ética. Dilemas éticos en la era de las redes sociales. Medios de comunicación y sociedad de la información. Principios inquebrantables de la libertad de expresión. Medios, política y sociedad de masas. El rol de los medios de comunicación en el desarrollo de las democracias y consejos útiles para los estudiantes de periodismo.

Esta columna temática es ampliada con material complementario y sub-temas que el lector sabrá apreciar y valorar en la justa medida.

En resumen, un texto que hacía falta, que era necesario de cara a la crisis estructural de la sociedad hondureña y las características del periodismo nacional que atraviesa una etapa sumamente critica.

Se debe retomar la ruta de los grandes maestros reducidos al olvido; Rafael Eliodoro Valle, considerado en su tiempo el mejor periodista de América Latina, Arturo Mejía Nieto, columnista de La Nación de Buenos Aires, Argentina, Medardo Mejía, Alejandro Valladares, Alfonso Guillen Zelaya, quien destacó en el periodismo editorial de México, Oscar Acosta y otros sin duda emblemáticos.

Aldo Romero plantea el desafío, las actuales generaciones tienen la palabra.

Livio Ramírez Lozano

Catedrático e investigador universitario

Premio Nacional de Literatura

Exdirector de la Academia Hondureña de la Lengua.

Ha ejercido el periodismo escrito, radial y televisivo.

VOY A CONTAR UNA HISTORIA

Muchas veces tuve que luchar contra las voces que me decían que no lograría mis objetivos, que estaba destinado a fracasar o a ser parte de quienes pasan por este mundo sin pena ni gloria, pero en el camino aprendí a cerrar mis oídos, incluso cuando estas afirmaciones de rechazo venían de mi propio interior, me di cuenta que siempre habrá alguien que dude de ti, pero debes asegurarte que ese alguien nunca seas tú.

Cuentan la historia de un joven, de esos que a temprana edad sale de su casa a experimentar buscando ser independiente, pero sin un plan de vida definido, un joven a quien sus malas decisiones lo habían separado de su familia y puesto en riesgo incluso de muerte en dos ocasiones, accidentes de auto ambas.

En algún momento de su vida, cuando se encontró con el mayor vacío, soledad e incertidumbre que puede experimentar un muchacho de apenas 17 años, confrontado con una realidad que era el fiel reflejo del camino que había decidido tomar, en uno de esos lapsos de desesperación decidió acudir a su padre, don Rafael, un hombre mayor, noble y sabio, que había superado la adversidad de una enfermedad que lo obligó a apoyarse en un par de viejas muletas de madera para poder caminar a pesar de que los diagnósticos médicos lo condenaban a vivir el resto de sus días postrado en una cama o en silla de ruedas.

Don Rafael hace mucho que estaba separado de su familia, aunque les visitaba los domingos. Vivía solo en un pequeño cuarto de madera en la vieja Comayagüela, aún en medio de su enfermedad se las había arreglado para montar un pequeño taller de reparación de máquinas de escribir y de relojería.

Una tarde escuchó atentamente las quejas, los reclamos y la frustración de aquel joven queriendo desahogar con él su dificultad, cuando le llegó el momento de hablar solo dijo unas palabras que cambiaron la vida de su hijo para siempre; *“El hombre aprende a tomar decisiones, buenas o malas, eso te lo dirá el futuro, sos mi hijo y te quiero y lo único que puedo decirte es que si te va bien voy a celebrarlo y a sentirme feliz de tus éxitos y tus triunfos, pero si te va mal no culpes a nadie pues será tu propia responsabilidad, así que termina ya de quejarte y asegúrate de tomar las mejores decisiones para que te vaya bien”*.

Don Rafael era mi padre y las palabras de esa tarde me impactaron, lloré mi frustración por última vez, salí de aquel pequeño cuarto decidido a cambiar mi futuro para bien, sabía que no era fácil, que tenía todo en contra, pero de alguna manera algo en mi interior me inspiraba a no desmayar, a no desistir. Comencé a trabajar, primero en una gasolinera y luego una carpintería, pero una voz dentro de mí decía que eso no era lo mío, que tenía que retomar lo que deje de hacer.

Años después, y con el apoyo de mi madre Doña Carlota y mis hermanas Marcia, Margarita, María y Kenia a quienes pedí perdón por mis múltiples errores, terminé la secundaria en mi recordado colegio Alfonso Guillén Zelaya y luego a la universidad, siempre fui un amante del periodismo y los medios de comunicación, nunca me vi estudiando otra cosa que no fuera periodismo.

Resulta que cursando el primer período académico en la Escuela de Periodismo de la Universidad Nacional Autónoma de Honduras (UNAH), se nos envió en una de las clases a unas conferencias organizadas por el Colegio de Periodistas de Honduras (CPH) que en aquel entonces presidía Luis Edgardo Vallejo, además del aprendizaje los profesores darían puntos por participar así que para la mayoría el “negocio” era bueno, una mañana de sábado por unos cuantos puntos que no caían mal.

Siempre me dije a mi mismo que lo único que necesitaba era una oportunidad para mostrarme, para dar el gran salto, para entrar en el ambiente en el que siempre me imaginé estar, quizás por eso los días previos a esa convocatoria fueron de mucha expectativa.

Ese sábado llegué temprano, me senté en las primeras filas, libreta y lápiz en mano, aquella frase rondaba en mi mente, “una oportunidad, solamente necesito una oportunidad”, escuché atentamente a los expositores, hice mis apuntes y al finalizar llegó la ronda de preguntas y respuestas. El moderador dio la palabra y yo tomé el turno, “otra pregunta” dijo el moderador, nadie alzaba la mano así que volví a pedir la palabra y pregunté de nuevo con un poco de temor, el moderador dijo “hay chance para una pregunta más” y como nadie alzó la mano, me levanté e hice una nueva consulta a la que amablemente respondieron los invitados.

El evento terminó, y me quedé unos minutos en mí sitio arreglando mis cosas, Vallejo se me acercó y me felicitó por las consultas y allí comenzó todo;

- ¿Cuánto llevas de la carrera? Preguntó
- Voy por la mitad, le respondí, aunque apenas era mi primer período académico.
- ¿Te gustan los deportes? Volvió a preguntar Vallejo,
- Sí señor, le respondí, de hecho, quería hablar con usted para ver si puedo tener una oportunidad de probarme en deportes de Radio América,
- Anda hoy al estadio, me dijo, hay un juego de segunda división, allí estará Marvin Cabrera, te presentas con él y que te instruyan.

Me despedí de Vallejo y abandoné aquel lugar para ir en busca de la grabadora y otros accesorios, llegué temprano al Estadio Nacional, me presenté con Marvin Cabrera que al verme me dijo con voz grave, “*usted es el pollo de Vallejo*” tenga este walkie talkie (un aparato transmisor de corto alcance) y hágase el ambiente en la cancha.

¿Y la instrucción? Pregunté para mí, ¿Cómo se usa este aparato? Al fin logre manipularlo y al iniciar la transmisión escuché en el auricular algo que por años había soñado “vamos con entrevistas a nivel de cancha, con usted Aldo Enrique Romero, aquí la poderosa” y en medio de aquella emocionante sensación tome el walkie y dije mis primeras palabras para una transmisión en vivo a nivel nacional, “siempre, siempre, siempre, sobre la jugada”.

Comenzaron las entrevistas en cancha, las hice antes, en medio y después del partido, era mi primera vez en el césped del Estadio Nacional de Tegucigalpa, había estado como aficionado en las graderías, vi a otros compañeros ir hacia los camerinos en busca de las reacciones, fui e hice lo mismo. Al día siguiente llegué a la radio para preguntar sobre mi participación y lo que venía, para mi sorpresa a la hora del programa deportivo de mediodía solo estábamos Marvin y yo, “mi grabadora está llena de entrevistas y reacciones” le dije, “pues nos vamos con eso” respondió.

Al terminar el programa me citaron a la oficina de Luis Edgardo Vallejo; *“tenemos espacio para alguien como usted, con ganas de aprender y con iniciativa, no tenemos sueldo por ahora, pero le podemos dar un bono para su transporte”*, ¿qué dice? y de inmediato les respondí que sí.

Desde ese día hasta hoy todo ha sido aprendizaje, experiencia, estoy seguro que escogí el mejor camino, que mi padre, quien había fallecido un año antes, estaría orgulloso y feliz de verme, de saber que había honrado aquellas sabias palabras que una tarde me dijo. Desde ese día hasta hoy sigo disfrutando del periodismo como la primera vez, soy un apasionado, un enamorado de mi profesión, y he combinado mis actividades con la de formador de nuevas generaciones de periodistas y comunicadores.

Creo en la nueva generación, creo que los nuevos periodistas y comunicadores están llamados a impactar los medios de comunicación con contenidos de calidad, mejor preparación académica y sobre todo, como buenas personas que están conscientes del verdadero rol que juega el periodismo como bien social.

Esta es mi historia y la sigo escribiendo. Atrévete a escribir la tuya.

Periodismo; ¿Para qué sirve lo que hacemos?

“Parece fundamental preguntarnos de vez en cuando para qué somos periodistas”: Javier Darío Restrepo

En muchas ocasiones, los periodistas nos vemos confrontados con dos preguntas fundamentales, por un lado; ¿para qué somos periodistas? O quizás hemos ido más directo y preguntamos; ¿para qué sirve lo que hacemos? Seguramente estas interrogantes vienen a la mente cuando observamos el deterioro al que se ve sometida la calidad del trabajo periodístico en nuestros países.

Tiempos Confusos

El periodismo vive hoy tiempos confusos y de incertidumbre, casi a diario hay que responder o justificar con más de algún amigo, conocido o particular, el futuro de la profesión. Son preguntas que a menudo carecen de respuestas, particularmente por el efecto global de la información que hoy ha puesto en evidencia el rigor informativo, la credibilidad y la ética de los periodistas, comunicadores sociales y de los mismos medios de comunicación.

Diversos análisis sobre la sociedad de la información, establecen que los web logs, o diarios y redes digitales personales, se han constituido en una alternativa ciudadana frente al periodismo tradicional, hasta llegar a convertirse en generadores masivos de información.

El internet y las redes sociales abrieron el abanico de opciones en materia informativa, para bien o para mal, la recolección y difusión de material noticioso ya no es una asignación exclusiva de los profesionales del periodismo, las nuevas tecnologías permiten al ciudadano distinguir, escoger y hacer un balance de la información que desea recibir.

Internet ha provocado un nuevo concepto de información en la que el usuario es parte de ella, tanto es así que a medida que éste profundiza en su consumo y uso, puede llegar a convertirse en generador e intermediario de información.

En esta era global, el periodismo es quizás una de las actividades profesionales con mayor incidencia de infiltración y manipulación, la visible presencia de políticos jugando a propietarios de medios de comunicación y utilizándolos como herramienta de poder, o grupos particulares haciendo una especie de “prensa paralela” con el objeto de debilitar la credibilidad de medios y periodistas serios, responsables, comprometidos con el bienestar de las sociedades.

En este renglón destacamos lo que en uno de sus escritos planteó Sergio Martínez Mahugo, profesor e investigador en áreas de periodismo digital, medios sociales y periodismo participativo, quien visualiza como preocupante el nivel de degradación de la profesión al extremo de ir perdiendo credibilidad y confianza ante una audiencia que reacciona con enojo y rechazo.

En los últimos años también se han sumado a los enemigos de la profesión la malintencionada práctica del “anti periodismo” ejercido regularmente desde los gobiernos y grupos de poder que deciden mediante suspicaces manipulaciones cuál información divulgar y cuál no, de acuerdo a sus conveniencias.

En periodismo, la información sigue siendo vital para la población que hoy más que nunca precisa exigir, opinar o debatir, mientras exista la necesidad de información y la voluntad de transmitirla con calidad y apegados siempre a la verdad el buen periodismo estará vigente, amenazado, pero vigente.

Me refiero a un periodismo ejercido por buenas personas, orgullosos de su profesión, apasionados por la verdad, autocríticos, independientes, de compromiso social, abierto a nuevos conocimientos, con alto sentido de su misión profesional y que mantengan intacta su capacidad de encontrar la noticia, donde parezca que no la hay.

El periodismo en la era del internet se volvió entonces en un desafío ético, una combinación de talento, trabajo, compromiso profesional y con la ética como arma suprema del oficio, somos los periodistas los llamados a reivindicar la utilidad y la relevancia de la profesión, aún en medio de un escenario de trampas e incertidumbre.

En el marco de esta era de la globalización informativa, el fenómeno del periodismo multimedia asume posiciones relevantes en cuanto al manejo de la “infraestructura de la información global” y se observa cada vez más vigente, la importancia de los medios de comunicación en la formación de la opinión pública.

La ética; el principal aliado

El teléfono móvil como herramienta de prensa:

En más de alguna de mis clases de periodismo, recomendaba “tres herramientas básicas” que no deben faltar en el equipo de trabajo de todo periodista o comunicador: una grabadora de audio, una cámara fotográfica y una videocámara, hoy la tecnología permite que el teléfono móvil cumpla las tres funciones, la tecnología nos pone el camino más fácil, pero el reto por la calidad debe ser permanente.

Aunque la información es un derecho humano, en el periodismo, esta también es catalogada como un “bien social”, al servicio del público, por tanto, el periodista como gestor de información debe ser el profesional capaz de transmitir mensajes claros, precisos y consecuentes con la realidad.

Esto significa que el trabajo periodístico debe estar acorde con la responsabilidad de la información transmitida, el periodista es responsable frente a los medios de comunicación y al público de la veracidad y autenticidad de la información divulgada. El periodismo responsable se fundamenta en la capacidad de reconocer incluso cuando en el ejercicio de la profesión cometemos errores y los corregimos.

La tarea primordial de un periodista es la de establecer un compromiso personal, moral e incondicional de servir a la sociedad mediante el derecho a la información, las sociedades contemporáneas demandan de la prensa una imagen objetiva de la realidad, pero en contraste, pareciera que el periodismo perdió su actitud crítica y su potencial democrático.

El verdadero periodismo ha de estar comprometido con la paz, con el derecho de las personas al progreso social mediante la generación de oportunidades, con la difusión de la información al margen de los intereses que esta afecte, con el diálogo amplio y participativo, con la justicia y el desarrollo social, político y económico.

La manipulación de la información que lamentablemente se ejerce desde algunas esferas públicas y privadas, incluso a nivel de periodistas, medios de comunicación y otros sectores y grupos involucrados en la comunicación social violenta este derecho, limita los espacios de desarrollo y fomenta los antivalores. Hoy la información se mueve en base a ideologías, a tendencias políticas o a sistemas de mercado.

La calidad de la información, y el trabajo periodístico ético corresponde a los propios periodistas, tiene que ver con sus valores, principios y nivel de compromiso que se tenga con la sociedad.

William Bernbach, reconocido publicista estadounidense y considerado uno de los pioneros de la mercadotecnia moderna, dijo en una ocasión que *“todos los que usamos los medios de comunicación masiva, damos forma a la sociedad. Podemos hacer vulgar a esa sociedad, embrutecerla o ayudarla a elevarse a un nivel superior”*.

Los argumentos de Bernbach son tan vigentes y reales como la exigencia ciudadana por una información construida a base de hechos visibles y comprobables, de allí que la prioridad de los medios y los periodistas como generadores y modificadores de conductas, deba estar concentrada en el cambio social, en las necesidades informativas ciudadanas.

El impacto de la comunicación y la información en las sociedades es enorme, los periodistas debemos estar completamente conscientes, que durante el ejercicio de nuestra profesión, somos parte fundamental en el desarrollo de las democracias, por tanto, la ética periodística no puede estar ausente en la recolección, jerarquización y divulgación de contenidos; esta responsabilidad con el oficio y con la gente, nos obliga a privilegiar la verdad, la transparencia y el cotejamiento de las fuentes.

No es desconocido, sin embargo, que los avances tecnológicos de la última década, han provocado enormes transformaciones sociales y con ellas algunos desequilibrios que por un lado afectan de manera directa las normas éticas en el manejo de los enfoques informativos y por otro, limitan el derecho de la población por acceder a información confiable.

No se puede pasar por alto el hecho que nuestra actividad comunicativa es un servicio público, esa es la esencia que nos caracteriza, la ética profesional debe ir de la mano con la información y esto implica retomar la misión de construir agendas propias enfocadas en los principales problemas que impiden a la sociedad elevarse a un nivel superior.

Los Archivos del Pentágono

Una de las películas que todo periodista y/o estudiante de periodismo debe ver es "The Post" o "Los archivos del Pentágono" con la actuación de dos grandes figuras del cine mundial, Meryl Streep y Tom Hanks. La historia, basada en hechos reales, expone momentos claves del periodismo en la modernidad, empresas periodísticas que surgen producto de emprendimientos familiares y que buscan subsistir y competir en un mercado cada vez más amplio y voraz y cuya propietaria se ve sometida a fuertes presiones gubernamentales y externas para no hacer pública, información clasificada como secreta, presiones y esquemas de censura que les llevaron incluso ante la autoridad jurídica correspondiente.

Múltiples temáticas se agrupan bajo los conceptos de ética y comunicación, pero en el caso particular de los periodistas y los medios masivos, la relación de ambos trasciende al ejercicio profesional, al grado que desde diferentes sectores se ha obligado al debate y la reflexión de algunos criterios que como la responsabilidad social, la difusión de información oportuna y veraz, y la formación de opinión pública; son vitales hoy en día.

Aunque la ética es un conjunto de valores y patrones de comportamiento inherentes a todos los ámbitos en los que el ser humano se desenvuelve, su aplicación en el campo del periodismo y las comunicaciones adquiere cada vez más un renovado interés, tal es así, que algunos estudiosos afirman que la crisis de relaciones que hoy experimentan las sociedades, se debe en gran medida a la falta de complementariedad entre la ética y las buenas practicas comunicativas.

Como ejemplo de lo anterior, sectores sociales independientes cuestionan y denuncian que desde los gobiernos se tejen macabras intensiones por ejercer en muchos casos, un abusivo control de la información a través de normativas legales que permiten o facilitan la imposición de una agenda oculta acorde a intereses políticos o gubernamentales, de igual forma el crecimiento de la industria de las noticias falsas, liderada por sectores políticos para desprestigiar, denigrar o crear incertidumbre social.

La misma actividad periodística, como profesión, se ha visto sometida a un preocupante proceso de deterioro al punto de que algunos se han dado a la tarea de autodefinir o identificar áreas de la comunicación, política, corporativa o militante, como si se tratase de periodismo profesional.

Los medios de comunicación y los periodistas, no podemos perder de vista que nuestra actividad comunicativa es un servicio público, esa es la esencia que nos caracteriza. La ética profesional debe ir de la mano con la información, esto implica retomar la misión de construir agendas propias, enfocadas en los principales problemas que impiden a la sociedad elevarse a un nivel superior.

Soy un Periodista

“Soy un periodista, fundamentalmente. Toda la vida he sido un periodista. Mis libros son libros de periodista, aunque se vea poco. Pero esos libros tienen una cantidad de investigación y de comprobación de datos y de rigor histórico, de fidelidad de los hechos, que en el fondo son grandes reportajes novelados o fantásticos, pero el método de investigación y de manejo de la información y los hechos es de periodista.”

Gabriel García Márquez

- **(Entrevista en Radio Caracol, mayo de 1991.)**

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y LA CRISIS DE CONTENIDOS

“Periodismo no es solo contar historias, sino adaptarte a la mejor forma de contarlas en cada momento”

José Luis Martín Badillo

(El caso de Honduras)

¿Están en crisis los medios de comunicación?

En Honduras específicamente no, a pesar de las limitantes económicas y tecnológicas en este país centroamericano, cada año aparecen nuevas empresas de medios (canales de tv, radiales y digitales) que compiten, de acuerdo a sus posibilidades, por alcanzar un porcentaje de la gran audiencia y otro similar de las partidas presupuestarias.

Honduras es a nivel de Latinoamérica uno de los países con la mayor cantidad de medios de comunicación, según registros del Sistema Integrado de Telecomunicaciones y Administración del Espectro (SITAE), adscrito a la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL) funcionan a nivel nacional 60 canales de televisión, y poco más de 750 estaciones de radio, a estos se suman los medios escritos y ahora con mucho auge, los digitales.

De esto deducimos que los medios de comunicación no están en crisis, por lo menos en cuanto a estabilidad y permanencia en el aire, sin embargo, si hay crisis de contenidos, hay decadencia en lo que se ve, se escucha y se lee en muchos medios televisivos, radiales y escritos.

Aunque en sus orígenes, los medios de comunicación masivos fueron concebidos únicamente como herramientas de información, con el pasar de los años, y con el auge del desarrollo tecnológico y las necesidades sociales; los académicos redefinieron la función de los medios en tres responsabilidades fundamentales; **informar, orientar y entretener.**

Hoy en día, estas tres funciones son motivo de polémica entre los críticos producto de las políticas editoriales y empresariales que definen la manera como se informa, como se orienta y de qué manera se entretiene a sus públicos.

Los medios de comunicación en general, pero muy particularmente la televisión, ejercen enorme influencia en la sociedad y mucho más poderosa de lo que se pudiera pensar. La oferta de programación en los medios, con mayor incidencia en la TV, está orientada a obtener el mayor rating posible, sin importar que a cambio, deba sacrificarse el profesionalismo, la ética, la calidad y el buen gusto.

Los análisis realizados por investigadores de prestigiosas universidades en el mundo, coinciden en que los temas que aumentan de manera exponencial la audiencia en los medios de comunicación son el sexo, la violencia y la muerte.

Adicionalmente, el morbo se volvió parte del día a día en los medios de comunicación, lo viral es una moda obligatoria, se perdió la educación frente a las cámaras y micrófonos y se adoptó el vulgarismo, mientras más popular mejor, mientras el idioma sea mal hablado igualmente mejor. También se perdió el respeto por la audiencia que curiosamente parece en su mayoría gustar y disfrutar por largas horas de los contenidos decadentes a los que son sometidos por buena parte de los canales de televisión, radios, periódicos y ahora por los medios digitales.

Ciertos temas relacionados con la religión, la política, el gobierno, abusos en contra de grupos vulnerables y otros de connotación social o controversiales son tocados abiertamente en algunos medios, en otros están restringidos o vetados, no se tratan, esto pone en evidencia la veracidad de la información que se ve limitada por la censura mediática de algunos contenidos que trastocan la línea editorial o la ideología de la empresa de comunicación.

No es de extrañar entonces que si en la función de informar hay limitantes, lo mismo suceda en lo que se refiere a orientar y entretener, la franja horaria de los medios se volvió demasiado grande para tan poco contenido de calidad, Se trata simplemente del adiós a la originalidad y la buena producción, se trata del eterno dilema de los medios de comunicación; **¿debemos darle al público lo que debería ver, escuchar y leer, o lo que el público quiere ver, escuchar y leer?** Este tema será objeto de un análisis posterior.

PERIODISMO, ACADEMIA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

¿Qué es periodismo?, ¿Quién es un periodista?, ¿Cuál debe ser el perfil académico de un periodista? ¿Qué papel juega la academia en el proceso de formar comunicadores con alto grado de desempeño ético y profesional? Estas y otras preguntas son regularmente evaluadas y analizadas en el marco de los Congresos Centroamericanos de Directores de Escuelas de Periodismo y Comunicación.

Comencemos respondiendo a las interrogantes arriba planteadas de manera sencilla, el periodismo es una actividad profesional consistente en recolectar, sintetizar, jerarquizar y publicar información de actualidad y de interés para una colectividad; el periodista por su parte, es la persona que se dedica al ejercicio profesional del periodismo, en cualquiera de sus formas, ya sea en prensa escrita, radial, televisiva, gráfica o digital.

En los conceptos anteriores no hay discusión, el punto del debate se concentra en el papel que juega, o que debe jugar la academia en la formación de las nuevas generaciones de periodistas y profesionales de la comunicación social en sus diferentes ámbitos.

El periodismo, como toda actividad profesional se ha transformado radicalmente en los últimos años, producto de los agudos cambios de tipo político, social, cultural y económico, que han obligado a los profesionales de la comunicación a diversificar su actividad profesional; hoy no se trata de discutir alrededor de la polémica sobre quién es periodista y quien no, el asunto en cuestión es definir si el periodismo como tal, continúa siendo considerada como una profesión o un simple oficio y quien o quienes validan al periodista en los medios de comunicación y fuera de ellos.

Los académicos de la región han concluido en que es importante realizar un inmediato diagnóstico del estado de las carreras de periodismo y comunicación, evaluando y revitalizando planes de estudio, incorporando nuevas asignaturas y temas acorde a las exigencias globales y necesidades sociales con el objetivo de fortalecer las capacidades y habilidades de los futuros profesionales.

Por otro lado, se establece que es importante mantener estrechas relaciones entre la academia y los medios de comunicación, vínculo que se rompió durante décadas y que debe hoy más que nunca fortalecerse en vista de que son las empresas de comunicación las receptoras de gran parte de los egresados de las universidades públicas y privadas.

Un tercer elemento prioritario en este proceso, es la formación profesional y en este caso es preocupante que, a nivel de la región, en algunos países más que en otros, se promueve la baja calidad al limitar o minimizar las exigencias académicas básicas que debe reunir un periodista o comunicador, contribuyendo de esta manera al desprestigio que ya vive la actividad periodística producto de la corrupción y la precariedad de las condiciones laborales.

La revalorización del periodismo es urgente, y es una tarea que debe realizarse de manera consciente e integral por parte de los académicos y de los propietarios y directores de medios de comunicación. El periodista, como un agente de mediación social, debe estar intelectualmente preparado para responder ante la sociedad, ejerciendo su carrera en un entorno de responsabilidad ética y profesional.

Es contradictorio que mientras la demanda de estudiantes en las escuelas y facultades de periodismo y comunicación está creciendo en las últimas décadas, este incremento no parece ir a la par con la consolidación profesional de los egresados en los medios de comunicación, ya que en su mayoría están encontrando y explotando otras áreas, como el emprendimiento de proyectos periodísticos, la publicidad profesional, el mercadeo, las agencias de imagen, la comunicación política o empresarial y las plataformas digitales entre otros espacios profesionales para desarrollarse.

PERIODISMO Y AUDITORIA SOCIAL

“El periodista, que es el cronista de la historia, está llamado a reconstruir la memoria de los hechos, a trabajar por la cohesión social, a decir la verdad a toda costa: también hay una parresia, es decir, un valor del periodista, siempre respetuoso, nunca arrogante”

Papa Francisco

El Papa Francisco, en una reciente audiencia con representantes del Colegio de Periodistas Italianos, exhortó a los medios de comunicación, y a quienes ejercen el periodismo, a buscar la verdad y les pidió que no conviertan la profesión “en un arma de destrucción de personas o pueblos, o alimentar miedos ante los cambios o fenómenos como la inmigración forzada por la guerra o el hambre”.

Entre algunas reflexiones de suma importancia que vale la pena resaltar y promover, el pontífice expresó que “no se debe olvidar que el verdadero trabajo o la misión del periodista es llegar lo más cercano a la verdad de los hechos y no decir o escribir cosas que se sabe que no son verdad”.

En una entrevista concedida al periodista Jordi Évole, para el sitio digital lasexta.com de Madrid, el alto jerarca de la Iglesia de Roma destaca que a menudo el periodismo puede caer en cuatro pecados capitales, o cuatro actitudes que lo amenazan continuamente y de los cuales es necesario defenderse:

Primero; **la desinformación**, *“Doy la noticia, pero doy la mitad. La otra mitad no la doy. Eso va contra el derecho que tiene el que recibe noticias a estar informado. Le informas la mitad, le informas mal. Es una de las desviaciones en la que tienen que evitar caer”*.

Segundo; **la "calumnia"**. Según el papa, *“hay medios de comunicación que calumnian sin ningún problema y tienen tanto poder frente a la gente que pueden calumniar impunemente”*.

El tercero es **"la difamación"** y que a su juicio es más sutil todavía, y explica que *“toda persona tiene derecho a la reputación. Si hace 20 años, pegaste un resbalón en la vida y pagaste la cuenta y la pena, ahora eres una persona libre y sin mancha. No te pueden sacar en los medios de comunicación una historia que está superada y bien pagada ya”*.

Por último, Francisco se refirió a **"la coprofilia, que es el amor a la cosa sucia"**, y plantea que *“el amor a los escándalos es sucio, y hay medios que viven de publicitar escándalos, sean o no verdaderos”*.

"Superando esos cuatro límites, la comunicación sería algo maravilloso", declara el papa, y calificó que "un comunicador que esté siempre tratando de no caer en esos cuatro defectos "es una flor de comunicador".

Las observaciones hechas sobre el oficio del periodismo y la comunicación social deben ser objeto de profundos análisis y evaluaciones, tiene que ver con darle a la actividad profesional el valor que le corresponde y entender que el rol social de la prensa es convertirse en un permanente instrumento de construcción y bien común.

Es aquí donde surge la necesidad de blindar la profesión, de no someterla ni ponerla a disposición de los intereses de grupos económicos o políticos. Es responsabilidad primaria, tanto para los medios de comunicación, como para los periodistas, darle riguroso cumplimiento a la normativa ética de la separación entre la prensa y el poder.

Desde su campo de acción el periodismo entonces debe ser determinante en el fortalecimiento de las grandes transformaciones sociales, en la consolidación de una democracia participativa e incluyente, vigilante de la conducta de los gobernantes y sus colaboradores y obligados a poner en evidencia todo aquello que se desea mantener oculto.

Es urgente recordar y poner en práctica la auditoría social desde los medios de comunicación para que en el periodismo ya no existan profesionales que actúen como activistas y promotores de causas particulares.

Hacer auditoría social desde la actividad periodística no es fácil, molesta a los grupos de poder, prueba de ello es que cada vez es más común encontrarse con casos de violación al derecho de libertad de expresión al igual que ataques y amenazas contra periodistas y medios, pero es posible. La sociedad espera eso de sus medios y sus periodistas.

Quienes están en posiciones de autoridad deben estar sujetos a un mayor escrutinio por parte de la sociedad en general y de los medios de comunicación en particular. Sin auditoría social no existe la democracia real y como bien lo dijo en una ocasión, el líder sudafricano Nelson Mandela; *"es deber de los periodistas examinar la conducta de los funcionarios públicos, y exponerlas a la luz".*

LA ÉTICA EN LA INFORMACIÓN

En el capítulo inicial pusimos en relieve los múltiples campos que se agrupan bajo los conceptos de ética y comunicación, y que en el caso particular de los periodistas y de los medios masivos, esta relación va más allá del simple hecho del ejercicio profesional ya que a la par se debate y reflexiona sobre elementos de vital importancia como la responsabilidad social, la difusión de información oportuna, veraz, y la formación de opinión pública. Expertos afirman que la crisis de relaciones que hoy experimentan las sociedades, se debe en gran medida a la falta de complementariedad entre la ética y la comunicación.

Y hago nuevamente énfasis en William Bernbach, cuando advierte que ***“Todos los que usamos los medios de comunicación masiva, damos forma a la sociedad. Podemos hacer vulgar a esa sociedad, embrutecerla o ayudarla a elevarse a un nivel superior”***.

Este es un concepto que quisiera dejar muy marcado en los lectores, porque los periodistas, como generadores de opinión e información somos responsables ante la ciudadanía de los mensajes que emitimos y su impacto colectivo. Por tanto, la ética periodística no puede estar ausente en la recolección, jerarquización y divulgación de contenidos.

No es desconocido, sin embargo, que los avances tecnológicos de la última década, han provocado grandes transformaciones sociales y con ellas algunos desequilibrios que por un lado afectan de manera directa las normas éticas en el manejo de los enfoques informativos y por otro, limitan el derecho de la población de acceder a información confiable.

Como ejemplo de lo anterior, sectores sociales independientes cuestionan y denuncian que desde los gobiernos se tejen macabras intenciones por ejercer en muchos casos, un abusivo control de la información a través de normativas legales que permiten o facilitan la imposición de una agenda oculta acorde a intereses políticos o gubernamentales, de igual forma el crecimiento de la industria de las noticias falsas, liderada por sectores políticos para desprestigiar, denigrar o crear incertidumbre social.

La misma actividad periodística, como profesión, se ha visto sometida a un preocupante proceso de deterioro al punto de que algunos se han dado a la tarea de autodefinir o identificar áreas de la comunicación política, corporativa o militante, como si se tratase de periodismo profesional.

Los medios de comunicación y los periodistas, no podemos perder de vista que nuestra actividad comunicativa es un servicio público, esa es la esencia que nos caracteriza, la ética profesional debe ir de la mano con la información.

PERIODISMO, INFORMACIÓN Y ÉTICA

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) califica como un derecho humano y universal el libre acceso de las personas a las fuentes de información pública, y como un principio democrático, la libertad de expresión y la de prensa; de igual forma la independencia y el pluralismo de los medios de comunicación como base para la estabilidad de la democracia.

Según la declaración de principios de la UNESCO sobre el “Libre acceso a la Información Pública”, es necesario que los países promuevan leyes que garanticen este derecho con el fin de promover la paz, la tolerancia, la transparencia y la participación ciudadana mediante la denuncia y la opinión.

Aunque la información es un derecho humano, en el periodismo esta también es catalogada como un “bien social”, al servicio del público, por tanto, el periodista como gestor de los mensajes informativos debe ser un profesional capaz de transmitir mensajes claros, precisos y realistas.

Esto significa que el trabajo periodístico debe ser acorde con la responsabilidad de la información transmitida, es decir, el periodista es responsable frente a los medios de comunicación y al público, de la veracidad y autenticidad de la información divulgada, el periodismo responsable tiene la capacidad de reconocer incluso cuando en el ejercicio de la profesión se cometen errores y se rectifican y corrigen sobre la marcha.

La tarea primordial de un periodista es la de establecer un compromiso personal, moral e incondicional de servir a la sociedad mediante el derecho a la información, las sociedades de hoy en día demandan de la prensa una imagen objetiva de la realidad.

El verdadero periodismo está comprometido con la paz, con el derecho de las personas al progreso social mediante la generación de oportunidades, con la difusión de la información al margen de los intereses que esta afecte, con el dialogo amplio y participativo, con la justicia y el desarrollo social, político y económico.

Para un verdadero periodista, para quien la profesión además de noble es sagrada, la información no tiene precio ni interés político, no tiene propiedad, no le pertenece a alguien en particular, es un derecho de la sociedad, de manera incuestionable.

La calidad de la información, y del trabajo periodístico ético corresponde entonces a los propios periodistas, tiene que ver con los valores y principios de quien ejerce y del nivel de compromiso que se tenga con la sociedad. Ser un buen periodista depende de uno mismo, al final son los mismos lectores, oyentes y televidentes los que valoran el trabajo profesional y las motivaciones del mismo.

DILEMAS ÉTICOS

Los dilemas éticos, son situaciones en la que una persona, concretamente, un profesional del periodismo, se encuentran ante la incertidumbre de tener que elegir entre opciones que de alguna forma pueden provocar una falta moral. Por lo general este tipo de dilemas están vinculados a la aceptación o no de las mismas.

En el ejercicio de nuestra profesión, los periodistas enfrentamos circunstancias en las que debemos tomar decisiones en beneficio de nuestros públicos, ya no se trata solamente de recolectar y divulgar información, sino de entender con claridad los momentos históricos, políticos, económicos y sociales, de manera que podamos informar de primera mano y con una la visión más acercada a la realidad posible.

Reflexionar sobre las prácticas éticas implica también pensar en función de replantear, el trabajo y el compromiso que los periodistas deben asumir por un lado en su relación con las audiencias y por otro, con la organización, institución o empresa que representan.

De las primeras consultas sobre dilemas éticos que hago a estudiantes de periodismo destacan las siguientes:

- ¿Está bien darles más relevancia a las noticias positivas que a las negativas?
- ¿Es ético publicar imágenes dolorosas para llamar la atención de los públicos?
- ¿Deben los medios de Comunicación y los periodistas asumir posiciones políticas?

“ERES LO QUE PUBLICAS”

El fantástico y riesgoso mundo de las Redes Sociales.

Uno de los temas que a menudo compartimos con jóvenes estudiantes de las carreras de Periodismo y Comunicación, es sobre el enorme impacto y alcance que tienen las Redes Sociales como Herramientas de Comunicación y los respectivos riesgos y ventajas a las que estamos sometidos quienes ya somos parte de esta amplia comunidad virtual.

Desde su aparición allá por 1994 las redes sociales revolucionaron la historia de la interacción y la comunicación interpersonal de manera acelerada y en un lapso de tiempo muy corto.

Sin entrar en detalles sobre tal o cual red, el objetivo de esta publicación es analizar y generar discusión sobre la “El Impacto de las Redes Social y su Influencia en la Sociedad”.

Se pensó en su momento, por parte de sus creadores, que las Redes Sociales debían cumplir con tres objetivos fundamentales;

- Generar nuevas amistades y fortalecer las existentes,
- Amplitud y difusión del conocimiento y la información y
- promover el servicio comunitario.

Amparados en este antecedente, vale la pena evaluar si cumplen las redes sociales con estos tres objetivos, o si por el contrario se han convertido hoy en canales de expresión de sentimientos y estados emotivos que reflejan un alto grado de “frustración y rechazo social y personal”.

Algunos estudios advierten que el uso de una red de interacción virtual no puede ni tiene las condiciones para mejorar nuestra vida social y que por el contrario la limita a relaciones más superficiales y poco efectivas que en algunos casos puede llevar a las personas a un aislamiento social promovido de manera casi imperceptible por darle más importancia a lo que sucede en el entorno virtual.

La red social virtual es una herramienta poderosa de la tecnología, pero también representa fuertes riesgos por lo que es importante aprender a hacer buen uso de ellas, saber cuándo usarlas, porque y para que utilizarlas, tener en cuenta los niveles de privacidad que nuestra vida necesita y limitar lo que pretendemos o queremos que otros conozcan de nosotros.

Roberto Ruz, un reconocido periodista y escritor mexicano creador del sitio web “**Eres lo que Publicas**” recomienda tener mucho cuidado con lo que publicamos o mostramos en nuestros sitios de la red social, ya que lo que se expone públicamente puede afectar y dañar trabajos, carrera, familias, amistades y yo agregaría algo igual de importante, puede manchar nuestra reputación y el buen nombre.

Presentar en las redes sociales de manera abierta la publicación de fotografías inapropiadas, comentarios discriminatorios, agresivos e irrespetuosos, hablar mal del trabajo, de los problemas académicos o de nuestros estados emocionales nos marcan mucho más de lo que se cree; **lo que se escribe en la red se mantiene en la red.**

DILEMAS ÉTICOS EN LA ERA DE LAS REDES SOCIALES

En el nuevo escenario virtual, y con el auge de las redes sociales, es común que surjan a diario dilemas éticos sobre situaciones no contempladas en los códigos profesionales que hoy más que nunca se vuelven relevantes y exigen del periodista, una renovada interpretación sobre su aplicación en el desempeño profesional.

Las redes sociales constituyen una herramienta fundamental para todos los periodistas, particularmente Twitter y Facebook, son el escenario de una guerra permanente por lograr la mayor cantidad de visitas a un sitio de noticias. Este afán por destacar, en lugar de informar, con mucha frecuencia ha llevado a muchos medios y periodistas a caer en errores y malas prácticas que al final les restan autoridad y credibilidad.

Si bien las redes sociales propician mucha información, estas, en diversas ocasiones provienen de fuentes desconocidas, nos hace prescindir de estar el lugar donde ocurren los acontecimientos y deja de lado el trabajo reporteril personalizado, es decir que todo se reduce al esquema virtual.

En el periodismo, las redes sociales bien utilizadas, pueden convertirse en verdaderos espacios de contactos, interactividad e intercambio de datos que si bien facilitan y agilizan el trabajo diario, también pueden ser un peligroso obstáculo que limita la creatividad, la curiosidad y el olfato del periodista.

Para reflexionar;

- ¿Para qué tengo una red social y qué uso le doy?
- ¿Establezco pautas de publicación en mis redes sociales?
- ¿Están mis publicaciones en redes sociales en armonía con mi visión profesional?
- ¿Tengo una base de redes de información confiable y segura?

LA MANIPULACIÓN, ENEMIGO PODEROSO

Tres pecados capitales amenazan al buen periodismo:

1. La imprecisión en los datos.
2. La manipulación de los datos.
3. Falsear los datos.

Como ya hemos visto, el primero puede corregirse desde las aulas o en el acompañamiento profesional, pero la manipulación y los datos falsos, son enemigos poderosos a los que continuamente se enfrenta el buen periodismo, en este capítulo nos enfocaremos en la **MANIPULACIÓN**.

El diccionario de la lengua española define MANIPULAR como: “la acción de intervenir con medios hábiles y a veces arteros, en la política, en el mercado, en la información, etc., con distorsión de la verdad o la justicia, y al servicio de intereses particulares”.

Este es un concepto que aparece vinculado a la desinformación mediática, al control de la información en beneficio de intereses políticos o económicos, a estrategias de gobiernos, partidos políticos y grandes empresas, con la finalidad única de engañar a la opinión pública.

Las formas de manipulación son variadas. Vamos a poner en relieve al menos siete tipos de faltas éticas de los medios de comunicación:

1. Moralismo en el discurso periodístico

A veces la información sirve como pretexto para que los medios de comunicación o los periodistas mantengan una imagen de prepotencia y autoritarismo.

2. La especulación: Ampararse en informaciones no comprobadas ni certificadas por fuentes confiables.

3. Los silencios: Se dice que cuando no se informa, también se está diciendo algo, y la manipulación de la información también pasa por la imposición de algunos silencios.

Aquí hay dos conceptos a tener en cuenta y de los cuales hablaremos ampliamente más adelante;

- **LA CENSURA**: Presiones externas que vienen de grupos de poder que pretenden limitar o restringir información.
- **LA AUTOCENSURA**: Limitantes que los propios medios o periodistas asumen por temor a consecuencias posteriores o por un interés particular. La autocensura es una triste realidad en el periodismo que no debe confundirse con la autorregulación.

4. La selectividad: Elegir algunos datos de la noticia y no tocar otros revela también una forma de manipulación de la prensa.

5. La parcialidad: Distorsiona tanto la noticia, la maquilla o la justifica a manera de que no se parezca en nada a la información original.

6. La ficción: Narrar hechos sin fuentes de apoyo obliga a que el lector, oyente o televidente, tenga que creer simplemente en los periodistas. ¿Qué pasa cuando los hechos no corresponden con la realidad?

7. La Noticia superficial o magnificada: Los hechos se presentan sin otros elementos esenciales para ser comprendidos. Es decir, sin los detalles informativos de interés que permitan al lector, oyente o televidente conocer el “por qué” de los principales elementos en torno a un hecho informativo en particular.

La visión real de la noticia.

La información sin tanto rollo

AUTORREGULACIÓN Y AUTOCENSURA.

En periodismo y comunicación social, la autorregulación y la autocensura son dos términos con los que regularmente están familiarizados los medios de comunicación y los periodistas, dos conceptos básicos pero muy amplios, ambos ligados directamente al ejercicio profesional, el primero de ellos tiene como finalidad ejercer un periodismo ético y de calidad, el otro representa un grave riesgo profesional, una limitante que alcanza y afecta sociedades enteras.

La autorregulación siempre será necesaria como factor elemental del ejercicio profesional, el periodista la ejerce sobre sus emociones para equilibrarlas con el conocimiento de la información, es la capacidad de regularse uno mismo, buscando el equilibrio lógico en la divulgación de mensajes informativos y contenidos audiovisuales y escritos sin necesidad de la intervención directa o indirecta de factores externos, entidades o instituciones para lograr este proceso.

La autorregulación no puede estar sujeta a esconder información, a maquillarla o limitar el acceso de la sociedad a la misma, se trata más bien de ejercer el derecho a la libertad de expresión con amplio sentido de responsabilidad, con información veraz, completa y oportuna, es parte del profesionalismo en la actividad periodística, es cuidar de no estar ligados a intereses empresariales, gubernamentales, o políticos.

Los pactos de autorregulación se establecen bajo ciertos parámetros como el fomento a los valores y principios del periodismo, a los criterios y políticas de cada medio de comunicación para la difusión de imágenes, infografía, material agresivo y violento, pero sin negociar bajo ningún punto o presión el acceso de la sociedad a la información.

La autocensura por su parte, es “la madre de los silencios”, es la manipulación de la información para beneficio particular, aparece cuando el interés personal del periodista o el del medio de comunicación es más importante que el derecho de las personas a tener información, también se puede dar como un mecanismo de protección ante un posible riesgo o como reacción a la presión.

La autocensura obliga a los periodistas a no hacer pública la información que tienen en su poder o condiciona su labor por miedo a las repercusiones negativas que sobre ellos pueda venir en su trabajo, en la relación con sus fuentes informativas, en la pauta publicitaria del medio de comunicación o en perder amistades y privilegios.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN.

¿Quién o quiénes son el verdadero sujeto de compromiso por parte de los periodistas?

¿Qué piensa la sociedad sobre los periodistas?

¿Cuál es impacto social de los medios de comunicación?

¿Lee usted la prensa?

¿Ve las noticias en televisión o escucha la radio?

¿Considera que los medios de comunicación ofrecen una información veraz?

¿Se considera bien informado?

Las respuestas pueden ser variadas y seguramente con amplitud de criterio y visión, pero a partir de este cuestionario básico pretendemos una reflexión individual y colectiva sobre el rol social de los medios de comunicación, la calidad de las informaciones que consumimos, la generación de opinión pública y, en última instancia, la salud democrática de nuestras sociedades en la era de la información.

MAS PREGUNTAS:

¿Hay Libertad de Empresa?

¿Hay Libertad de Prensa y de Contenido?

¿Será que los medios de comunicación han adquirido tanto poder que han escalado y se han solidificado en las principales esferas políticas, económicas, sociales, culturales y deportivas entre otras?

¿Cuál es el papel que los Medios de Comunicación juegan en el desarrollo de los países?

¿Están los Medios de Comunicación contribuyendo a fortalecer en las sociedades la cultura de la Paz, la Justicia y la Integridad?

¿Son los Medios de Comunicación canales de expresión y solidaridad social o son aliados estratégicos de los grupos de poder?

¿Son cómplices los Medios de Comunicación del permanente panorama de hostilidad, violencia, pobreza y corrupción que es común encontrar hoy en día?

Los Medios de Comunicación debe tener claro que como parte de su responsabilidad social, tienen la obligación de ser críticos, incisivos y lacerantes ante la mentira, la ineficiencia y la ineptitud; que su objetivo es la búsqueda del bien común y la verdad, que la prensa y los medios no le deben lealtades a los gobiernos y mucho menos a los grupos de poder.

El anhelo es que las empresas informativas entiendan que su posición debe ser equilibrada y beligerante ante dos extremos; los que tienen el poder y deciden, y las necesidades y exigencias de aquellos a los que se deben y hacia quienes están orientadas sus ejecutorias

Los medios de comunicación ejercen una influencia determinante en la conducta colectiva ya que generan actitudes y comportamientos concretos en la mayoría de los miembros de la sociedad. Los medios persuaden e influyen en las decisiones de las personas porque sus mensajes llegan directamente a la conciencia.

Se hace por tanto cada vez más necesario centrar la dignidad humana como el elemento principal de reflexión ética muy especialmente en todo el ámbito de la comunicación.

Consejos Importantes.

- Tener un claro sentido del bien y del mal
- De modo habitual debemos hacernos preguntas críticas acerca de los contenidos que divulgamos en los medios de comunicación y si los mismos están de acuerdo a la verdadera misión del periodismo.
- Valorar los contenidos correctos y la comunicación adecuada.

“Muy tempranamente, los estudiantes necesitan ser educados en la idea que las imágenes hablan, que las imágenes dicen ciertos tipos de cosas, que hay valores, prioridades y significado detrás de esas imágenes. Necesitan aprender acerca del vocabulario y la gramática de las imágenes.”

Stuart Ewen, profesor del Hunter College de Nueva York

LAS NOTICIAS FALSAS; UN DEBATE REZAGADO

El auge de las “fake news” o noticias falsas en internet representa un serio riesgo para las democracias de los países, particularmente porque son un instrumento utilizado para promover conflictos, dividir sociedades y manipular la opinión pública.

A diferencia del periodismo en los Estados Unidos, en donde se ha puesto mucha atención y controles a las noticias falsas, al periodismo latinoamericano parece no preocuparle y es visible el desinterés de grupos profesionales de periodistas, medios de comunicación y organismos no gubernamentales para frenar su divulgación. Este tampoco ha sido un tema prioritario en la agenda de representantes de sociedad civil y mucho menos de gobiernos.

En 2017 Los relatores especiales sobre la libertad de expresión y opinión de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), la Organización de Estados Americanos (OEA), la Organización para la Seguridad y Cooperación en Europa (OSCE) y la Comisión Africana de Derechos Humanos y de los Pueblos, emitieron la “Declaración Conjunta sobre Libertad de Expresión, Noticias Falsas, Desinformación y Propaganda”, de la que destacamos algunos aspectos puntuales:

- La Declaración expresa alarma por los casos en que las autoridades públicas denigran, intimidan o amenazan a los medios de comunicación, llegando a afirmar, incluso, que éstos son “la oposición o que “mienten y esconden una agenda política”.
- Estas acciones “aumentan el riesgo de amenazas y violencia contra los periodistas, socavan la confianza pública en el periodismo como actor de vigilancia de la sociedad y pueden confundir al público empañando la línea entre la desinformación y la información basada en hechos verificables.

Conceptos a diferenciar.

Para los periodistas es más que una obligatoriedad profesional tener muy claro el significado de **Noticia Falsa** y no confundirlo con otros términos utilizados en el periodismo como la desinformación y la manipulación. Refrescamos a continuación estos conceptos básicos:

- **Información;** es el conjunto de acontecimientos noticiosos y su elaboración periodística: noticias, entrevistas, datos, informes, declaraciones con un enfoque holístico de todos los hechos importantes en un momento dado y que se supone interesa conocer a un gran número de personas.
- **Desinformación;** Es la ausencia de verdadera información o de información veraz. Una persona desinformada es una persona que no sabe lo verdadero y esencial de algo. (No es intencional en la mayoría de los casos)
- **Manipulación;** Es una intención clara de engañar por parte de los promotores y realizadores de la información, y no se produce una resistencia crítica por parte de los ciudadanos.
- **Noticia Falsa;** Elementos totalmente alejados de una realidad observable y comprobable, carentes de exactitud, atribución y equilibrio, falsedad que se divulga a través de portales aparentemente informativos con el fin de generar incertidumbre social. Parecen verdaderos, las noticias falsas suenan atractivas e incitan a compartirlas.

Responsabilidad ética del periodista ante las Noticias Falsas:

1. El periodista debe procurar una muy buena relación con las audiencias para ayudarles a identificar la información falsa y hacerle entender lo que es información real y lo que no lo es.
2. El periodista debe convertirse en un promotor de la curiosidad de los lectores, incentivarles al análisis crítico de la forma en que se desarrollan los eventos informativos,
3. El periodista debe garantizar la imparcialidad y el equilibrio, asegurarse de que lo que se informa es exacto y no sacrificamos su independencia al tomar partido. Es deber profesional informar con honestidad, exactitud y veracidad.

Regla Ética:

Ante la duda sobre si una noticia es verdadera o no, lo mejor es no compartirla hasta comprobarla.

LAS REDES SOCIALES Y EL FENÓMENO DE LAS “FAKE NEWS”

Las intenciones gubernamentales orientadas a regular los contenidos que se publican en las redes sociales no son nuevas en América Latina, prueba de ello es que las leyes e iniciativas presentadas para tal efecto, son una verdadera copia al carbón entre ellas y basta solo con remitirse a las que han sido incluidas en las agendas de países con un alto grado de conflictividad política y social como Bolivia, Venezuela, Ecuador, México, Chile, Argentina, Nicaragua y Honduras.

Contrario a los que se cree, la finalidad detrás de las leyes contra los mensajes de odio y discriminación, es la de minimizar las críticas y cuestionamientos que se hacen directamente en contra de las ejecutorias de los sectores políticos y económicos y de las que tampoco escapan los generadores de opinión y medios de comunicación.

El eterno debate sobre el uso adecuado de las redes sociales, es y seguirá siendo un problema complejo, su control es prácticamente imposible, a menos que se decidiera por la restricción total de la red (medida difícil de adoptar en vista de que las redes son quizás hoy el principal medio de propagandas gubernamentales) o en su defecto, como dicen los expertos legales en materia informática, a través de un convenio binacional entre el país que pide la restricción y el país de origen de las compañías proveedoras de estos servicios.

Quizás los promotores de estas leyes restrictivas del derecho de libertad de expresión, desconocen que cada red social tiene sus propios mecanismos de supervisión y autocontrol que permiten denunciar las malas prácticas y promover la sana convivencia en el mundo digital, estas restricciones a la vez, incentivan a los usuarios, a hacer uso adecuado y regulado de su espacio personal en la red bajo riesgo de ser censurado y denunciado con un simple click.

Es la polarización política y social que viven la mayor parte de las naciones latinoamericanas lo que ha dado pie al posicionamiento y discusión de los temas de orden político y democrático en el ámbito digital, al extremo de abrir la puerta a lo que hoy conocemos como “Fake News” o “noticias falsas” y que desde de nuestra perspectiva, son un fenómeno que representa graves riesgo para los países, los periodistas, medios de comunicación y ciudadanía en general.

Curiosamente, tal desenfreno en la red es promovido por una agenda oculta de los mismos actores políticos, de gobierno y oposición y que se ha consolidado desde los famosos “call centers” con la proliferación de perfiles falsos dedicados a mentir, intimidar, amenazar y denigrar, que buscan dejar de lado la veracidad de los hechos para promover la desinformación y la manipulación socavando la confianza pública en los medios de comunicación.

La oficina de Libertad de Expresión y Opinión, de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), ha establecido que el auge de las noticias falsas en internet representa un peligro para las democracias puesto que atizan conflictos, dividen sociedades y manipulan a los ciudadanos, sin que hasta ahora exista un interés concreto para movilizarse o poner presión en este sentido, ni desde la sociedad civil, ni desde el periodismo y mucho menos desde los gobiernos.

Si bien hay cientos de sitios web de noticias falsas y muchos de ellos son una réplica de medios de comunicación reales con el fin de desprestigiarlos, también hay sitios de noticias para propaganda e imagen gubernamental desde los que paralelamente se enfilan baterías en contra de quienes no comparten sus posiciones o a quienes ven como una amenaza a sus intereses.

En síntesis, las leyes que regulan en las redes sociales los contenidos que algunos “iluminados” consideran son sinónimo de odio y discriminación, son más bien una clara muestra de intolerancia política y de un marcado temor a someterse a la auditoría social mediante la crítica y la denuncia.

ÉTICA, DESVALORIZACIÓN Y REINVENCIÓN PROFESIONAL

En los últimos años he invertido buena parte de tiempo en promover mediante charlas y conferencias, el fortalecimiento de la ética profesional y las buenas prácticas en el ámbito laboral, como elementos indispensables para regular las actividades desarrolladas en el marco de una profesión determinada.

Contrario a su aplicación a nivel particular, que no es coercitiva, la ética en las profesiones, es regulada por códigos que sugieren y recomiendan prácticas deseables para el buen desempeño y condenan aquellas de carácter tendencioso y que aunque en muchos casos no son tipificadas como ilegales, desnaturalizan la honestidad de las personas y el profesionalismo diligente.

En lo que se refiere a la relación entre empresa y colaboradores, la ética profesional actúa en ambas vías de manera simultánea, ***el trabajador debe desarrollar una conducta profesional que defina la lealtad a su centro de trabajo, profesión y colegas, y la empresa por su parte, deberá fundamentarse en valores organizacionales que faciliten al trabajador orientar su comportamiento en base a normas y directrices identificadas con los deberes de su profesión.***

Uno de los cuestionamientos que a menudo hacen muchos profesionales, es que hay un fenómeno casi generalizado de “desvalorización profesional”, promovido, por un lado, por empresas que cada vez están pagando menos salarios a cambio de capacidades específicas y complejas, y por otro, profesionales de las distintas áreas que utilizan la influencia de su actividad para obtener beneficios particulares en detrimento de las buenas prácticas.

La desvalorización profesional le está haciendo mucho daño a los trabajadores y a sus familias, esta es una de las principales causas generadoras de desempleo, del mismo modo, las empresas están sacrificando sus niveles de competitividad ya que al no pagar a los profesionales lo que realmente vale su trabajo prefieren pagarle menos a personas inexpertas o practicantes a quienes finalmente contratan con un sueldo mínimo.

Este panorama desalentador influenciado por una nueva realidad salarial pone en riesgo la conducta ética profesional, a esto se suma el exceso de la oferta laboral que hace que muchos trabajadores se decidan por aceptar un empleo en el que el salario está muy por debajo de la experiencia y capacidad adquirida.

Ante este escenario, más que un problema también se plantea una oportunidad, un buen profesional debe tener la capacidad de adelantarse en el mercado laboral y no ir detrás de él, el buen profesional tiene la capacidad de mostrar que está vigente y que su concurso profesional es necesario para el éxito de una organización.

Es aquí donde entra la reinención profesional que no es otra cosa más que un giro radical al perfil profesional que lo hace atractivo, actualizado y preparado mediante nuevas capacidades y habilidades para enfrentar con éxito los nuevos retos globales que exige el mundo laboral.

Reinventarse profesionalmente es descubrir mediante un cambio de mentalidad y de actitud, puntos fuertes y elementos creativos que nos permitirán diseñar un plan de acción orientado a encontrar la plenitud profesional y la satisfacción salarial en algunos casos y la transición hacia el emprendimiento en otros. La capacidad de reinventarse es entonces la única alternativa para enfrentar el problema de la desvalorización profesional y la discriminación salarial.

PERIODISMO DE CALIDAD Y PERIODISMO “RANCIO”, HE ALLÍ EL DILEMA

“Decir que quien se prepara o se ha preparado por años en las Universidades cursando en algunos casos hasta 55 materias no garantiza un mejor trabajo que el de quien no pasó por las aulas, es apelar a una mentalidad mediocre”.

Por algún tiempo me mantuve al margen de la discusión sobre la “ilegalidad en el periodismo” por varias razones, muchos han tomado este tema como si fuese una cacería en contra de ciertas personas en particular y la verdad no lo es, este no es un problema nuevo, es ya una situación recurrente.

El Colegio de Periodistas de Honduras (CPH), por años buscó, sin resultados positivos, que las instancias legales correspondientes garantizaran que el ejercicio periodístico en el país fuera desarrollado únicamente por periodistas profesionales o en formación y bajo la obligatoriedad de la colegiación profesional (figura que generó controversias y que producto de un fallo de la CIDH por un caso similar en Costa Rica fue eliminada, es decir, para ejercer el periodismo en Honduras, o para trabajar en los medios de comunicación, no se necesita ser colegiado).

Pero el dilema no está en quien puede o no ejercer funciones periodísticas desde los medios de comunicación, el tema requiere de mayor profundidad en el análisis y por tanto, quisiera dejar algunas reflexiones que podrían ir orientando a la opinión pública, a los dueños y directores de medios y a los mismos colegas periodistas, comunicadores y estudiantes de periodismo y comunicación.

Por un lado, es claro que los medios de comunicación, como empresas mercantiles, pueden contratar a quienes ellos consideren oportuno, sin importar si es o no un profesional en la materia, basta ser “viral” en las redes sociales para ser considerado una figura apta para trabajar en los radio o televisión.

Los mismos productores independientes (llámese independientes a quienes rentan espacios en la televisión y la radio a cambio de la venta de publicidad o el pago de un alquiler mensual por el espacio) actúan de manera similar.

En segundo lugar, es claro que en varios países no se necesita ser periodista para ejercer el periodismo, pero cuidado con esto, que cualquiera pueda ejercer funciones de periodista, no significa que esté capacitado para serlo y sobre este aspecto quisiera destacar, que muchos propietarios de medios de comunicación han ido a los extremos, por un lado se contratan a profesionales graduados en otras áreas, hay médicos, abogados, economistas, escritores entre otros, (que a mi criterio, fortalecen en buena parte la calidad de los contenidos) y por otro, la contratación de personas que no tienen mayor preparación académica, muchos no pasaron por la universidad y otros ni siquiera por la secundaria, esto sí le hace un grave daño a la calidad de la programación y los contenidos periodísticos.

Otro factor en contra es que algunos medios de comunicación en lugar de promover la capacitación profesional y el crecimiento académico de sus periodistas, presentadores o el talento de variedades y entretenimiento, más bien están limitando y hasta minimizando y pasando por alto los requerimientos académicos básicos que debe de cumplir quien aspire a trabajar en una empresa que se precie de ser responsable y con alto sentido de la ética.

Una tercera reflexión tiene que ver con la calidad de quien ejerce la actividad periodística, con todo respeto para mis lectores, decir que quien se prepara o se ha preparado por años en las universidades cursando en algunos casos hasta 55 materias no garantiza un mejor trabajo que el que no pasó por las aulas es apelar a una mentalidad mediocre.

Hay una enorme diferencia entre ser periodista y pretender hacer periodismo, y aunque reconozco que un título universitario no es garantía de un desempeño ético y profesional, siempre existirá una amplia brecha entre los que estamos comprometidos con hacer un periodismo de calidad y los que se acostumbraron a ese periodismo rancio, sin sentido de orientación, sin criterio y falta de calidad.

De nuestra parte le seguimos apostando al buen periodismo, al periodismo de calidad, y desde la academia impulsamos la formación de nuevas generaciones de periodistas y comunicadores que tarde o temprano, cambiarán para bien, los contenidos periodísticos, culturales, deportivos y de entretenimiento en los medios de comunicación, como muchos ya lo están haciendo, y el público tendrá que ver la diferencia.

NO TODOS SOMOS PERIODISTAS

Con la influencia del internet, que cada día va tomando mayor protagonismo en la sociedad, se despierta en diversos sectores, particularmente aquellos ligados a las plataformas digitales, el dilema profesional de pretender que por el simple hecho de convertirse en un agente de divulgación se debe ser de inmediato considerado como periodista.

Es claro que el internet cambió los entornos, generó nuevos espacios y nuevas oportunidades, el profesional parece ir quedando relegado en un segundo plano, en la red no hay distribución de funciones, tampoco revisión de contenidos y mucho menos jerarquización de datos, el simple hecho de publicar un mensaje y/o viralizarlo hace que el ciudadano adquiera la condición de informador para quienes quieren leerle, verle, escucharle e interactuar con él.

Analizando con detenimiento esta nueva realidad, y en contradicción con lo que ya se ha dicho a nivel internacional, el periodismo no es una actividad profesional a la que pueda dedicarse cualquier persona por el simple hecho de que le guste o le parezca fácil, la tarea periodística no es simplemente la de un emisor de mensajes sin forma y sin fondo, requiere de un alto componente de rigor intelectual y científico.

Tomando como fundamento los planteamientos de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), en el sentido de calificar la información como un derecho humano, y la no obligatoriedad del grado profesional para el ejercicio del periodismo, vale la pena reflexionar en que nadie puede ejercitar este derecho humano si no es para informar con justicia, con honestidad y en el marco de los cánones éticos.

En esta era global, el periodismo es quizás una de las actividades profesionales con mayor incidencia de infiltración y manipulación, no solo por la visible presencia de políticos metidos a propietarios o directores de medios de comunicación que son utilizados como herramienta de poder, o de grupos particulares interesados en crear una especie de “prensa paralela” dedicada a la producción de noticias falsas con el objeto de debilitar la credibilidad de los medios y de los periodistas serios, responsables y comprometidos con el bienestar social.

Por supuesto que a nivel de gremio es importante reflexionar en el rol social de la profesión, la sociedad exige un periodismo ejercido por buenas personas, orgullosos de su oficio, apasionados por la verdad, autocríticos, independientes, de compromiso social, abierto a nuevos conocimientos, con alto sentido de su misión profesional y que mantengan intacta su capacidad de encontrar la noticia, donde parezca que no la hay.

Una vez más citamos a Sergio Martínez Mahugo, quien en referencia al ejercicio del periodismo en la era del internet, afirma que ***“producto de una preocupante degradación, el periodismo va perdiendo la credibilidad y confianza de una audiencia que ante el enojo generalizado ya aboga por arrinconar al periodista y ocupar su lugar”***.

Ante este panorama, al buen periodismo solo lo puede salvar la profesión, y es aquí donde la academia juega un papel trascendental, promoviendo desde las aulas universitarias una profesión que privilegie la transparencia y la calidad de la información en beneficio de la comunidad a la que sirve.

Para reinventar el periodismo habrá que comenzar por comprender que nuestra actividad es fundamental e imprescindible para el desarrollo social, trascender a lo que Martín Caparros, periodista, escritor y conferencista argentino denomina el “**periodismo mutante**” que no renuncia al proceso de buscar, mirar, escuchar y contar, que siga siendo el “perro guardián” de la democracia y que lucha por el bien público.

Por otro lado, es necesario reasignar nuevamente el papel que a cada quien le corresponde y en el caso de la información, solo el profesional, debidamente titulado y acreditado, puede estar a la altura de las exigencias, así como la medicina es para los doctores y las leyes para los abogados, el periodismo es para los periodistas.

¿PERIODISMO O ACTIVISMO? OTRO GRAN DILEMA

En medio de un entorno social polarizado en donde algunos acostumbran vender la mentira como noticia, la credibilidad y el buen nombre son los mejores y más valiosos activos que puede tener un periodista en el ejercicio de una actividad profesional sometida a presiones sociales y a permanentes cambios tecnológicos.

La principal herramienta de respaldo para los profesionales del periodismo sigue siendo “la verdad”, esa que conduce a la dignidad, a la justicia y a la información objetiva y transparente, de hecho, los códigos deontológicos establecen como prioritario en este quehacer profesional, el respeto a la verdad por encima de cualquier interés particular o de grupos.

La misión del periodismo será siempre hacer un diagnóstico social de los hechos cotidianos, esta es quizás la razón básica por la cual el ejercicio periodístico debe estar libre de ideologías porque no es un medio para ejercer poder o beneficiarse del mismo, por el contrario, es una plataforma de participación social que crea conciencia crítica y promueve la defensa de las causas justas.

En lo particular creo que no hay nada de malo en hacer periodismo a favor o desde una causa social, sin embargo, esto no debe poner en riesgo elementos fundamentales de la actividad periodística como; el equilibrio, el rigor, la responsabilidad y sobre todo, los datos que me permitan brindar una información lo más cercano posible a la realidad.

Si bien los enfoques informativos son diversos, como también ocurre con las líneas editoriales, el periodista debe tener sumo cuidado de no transgredir una delgada e invisible línea hacia el “activismo mediático” que en muchas ocasiones hace a los comunicadores convertirse, sin necesidad, en militantes políticos.

Las diferencias están bien marcadas, un activista siempre querrá inclinar la balanza a favor de su causa, el periodista por su parte, ha de presentar los diferentes puntos de un hecho para que el público se haga su propio criterio.

David Randall, galardonado periodista británico, autor de “El periodista universal” que es considerado como el mejor manual que se ha escrito sobre la profesión, dice que; **“Un periodista no se debe a ningún partido político, a ningún enfoque empresarial, a ninguna causa particular. Si hacer periodismo ecuánime es difícil, lo es mucho más cuando debemos vencer esos conflictos de intereses”**.

Cada vez que un periodista o comunicador transita por la vía del activismo mediático, además de pervertir la información, daña a la sociedad, la manipula y desorienta con mensajes que producen incertidumbre y confusión social, el periodismo del que muchos se jactan o presumen de ser social e independiente, debe atenerse a la verdad en todos los escenarios en que se desenvuelva.

Miguel Ángel Bastenier, maestro de periodistas, fallecido en 2017 afirmó que **“Todos los periodistas tienen una ideología, aunque crean que no, pero si ponen el trabajo al servicio de la suya, dejan de ser periodistas”**.

El periodismo responsable, por tanto, siempre será aquel que es riguroso y que, mediante criterios de ética y equilibrio informativo, busca generar en su auditorio la mejor comprensión de un problema social específico, esto no se puede hacer desde el activismo, aunque a menudo, quienes no estén de acuerdo con X o Y postura, se remitirán nuevamente a este dilema.

UN DIÁLOGO CON EL MAESTRO DE LA ÉTICA PERIODÍSTICA

“La más noble función de un escritor es dar testimonio, como acta notarial y como fiel cronista, del tiempo que le ha tocado vivir”

Camilo José Cela (1916-2002) Escritor español

La pluma de Javier Darío Restrepo (1932-2019) trascendió generaciones de periodistas, por más de 50 años su enseñanza sobre la ética periodística en tiempos de cambio fue uno de sus grandes enfoques.

Al maestro Restrepo le conocí personalmente, tengo varios de sus libros y tuve además el privilegio de sentarme con él un par de veces, a conversar por largas horas, escucharle era una experiencia enriquecedora y en una de esas ocasiones, abril de 2019, le pedí me permitiera grabar esa conversación, para dejar testimonio de la misma y poder compartirla con las nuevas generaciones de periodistas.

Aldo Romero; Maestro, tantos años estudiando y enseñando sobre la ética, ¿qué conclusiones podría sacar en todos estos años?

Javier Darío Restrepo: He llegado a la conclusión, que a nadie, ni a ti ni a mi nos gusta que nos impongan algo, mucho menos desde fuera, y la ética se mira como esa cosa que te imponen los códigos, las normas, y resulta que es otra cosa, y aquí te cito a Kant (Immanuel Kant/ filósofo principal del idealismo clásico alemán), quien decía que “el ser libre hace las cosas porque le da la gana, en

cambio el esclavo hace las cosas solo porque se las imponen desde fuera”, entonces, hay una ética de esclavos, que es la que se está fijando en los códigos y que está reclamando que haya sanciones y que inspira contradicciones, porque la ética se la impone uno a sí mismo, ser ético es el acto mayor de un ser humano.

Sigo con Kant, ser ético dice él, es ser legislador de sí mismo, y esto nos trae a la mente la arbitrariedad de quien es legislador de uno mismo, lo relaciono con lo que dijo Aristóteles cuando definió la ética como “la obediencia a la propia naturaleza”, por tanto, yo soy ético cuando me preocupo por estar de acuerdo con mi propia naturaleza, ser obediente, ser abierto a los demás y actuar movido por la inteligencia y no únicamente por los sentimientos.

Vuelvo a la definición de Aristóteles, allí no hay cabida para la arbitrariedad ni para el ejercicio de la libertad de acuerdo a mis caprichos.

A.R: ¿Será por esto que usted plantea que hay distintas concepciones de ética?

JDR: Es que el proceso que ha vivido la ética en la historia de la humanidad es a veces tonto y a veces inteligente, y entonces llegan muchos a cuestionar el concepto de Aristóteles al decir que cómo puede ser posible que el capricho del ser humano se va a convertir en la materia prima de la ética, entonces aparece es subjetivismo y esa condición de mirar lo ético como lo que cada uno decide ante sí y por sí mismo.

Hay también otros autores que te dicen que la ética es el resultado de las deliberaciones de una sociedad y que cuando esta llega a una especie de consenso sobre lo que es bueno y lo que es malo, eso es lo ético, esa es una escuela y yo personalmente no comulgo con esa creencia.

Yo pienso que la ética es la construcción que cada ser humano hace de su camino para la excelencia, eso es lo que he venido estudiando y reflexionando durante los últimos veinte años, la ética no la construye un gobierno, ni una institución, ni una universidad, es una construcción personal, de la misma manera que la libertad, la justicia, eso tiene que comenzar por la conciencia de las personas, luego tendrá que ver con la vida de la sociedad.

Otros ven la ética simplemente como el reflejo de una cultura, entonces está condicionada por el desarrollo cultural de las distintas poblaciones y eso tiene parte de verdad, porque yo actúo, yo dirijo mi vida y escojo los caminos que he de recorrer presionado muchas veces por la cultura que estoy respirando.

A.R: Yo en alguna ocasión lo escuché decir, y lo he leído en sus libros, que a veces perdemos mucho tiempo cuestionándonos entre nosotros mismo queriendo decidir quién es ético o no....

JDR: Se ve que escuchaste mi frase de que “en ética nadie es juez de nadie salvo de sí mismo”, la decisión ética es lo más personal que existe, entonces tú no tienes ningún derecho a suponer que la decisión ética es esta o aquella, es aquí donde viene un desarrollo que comienza en cada persona porque yo como juez de mí mismo, tomo y siento en el banco de las acusados a la acción que cometí, y me pregunto ¿Por qué lo hice?, ¿en qué me fundamenté para hacerlo?, y eso nadie fuera de uno mismo lo conoce, es parte de la intimidad personal.

Ya luego viene la otra parte; confrontar eso con el ideal también personal y ético de cada persona y no hay peor juez, no hay juez más severo que uno mismo sobre sus propias acciones, es lo que habitualmente se conoce como remordimiento, el estar masticando una y otra vez la misma acción y luego buscar justificaciones y no encontrarlas hasta que llega el momento en que uno entiende que se actuó mal, y sin embargo ese es un triunfo, porque no hay capital mayor para un ser humano que equivocarse, cuando uno se equivoca se da cuenta de sus limitaciones.

Entonces se da un proceso interesante; me equivoqué, lo reconozco, luego vienes y te preguntas ¿Por qué me equivoqué? y una vez encontradas las razones ¿Cómo hacer para no volver a equivocarme? Y es cuando llega la parte constructiva, el error viene a ser paradójicamente, el padre de la vida correcta.

AR: ¿Estamos a tiempo de construir y fortalecer las conductas éticas en el periodismo en la actualidad o cree usted que llega el momento de empezar por una nueva generación?

JDR: Yo creo que el periodista en ejercicio tiene hoy una gran oportunidad, primero por las fortalezas del ámbito tecnológico, nunca se había visto instrumentos tan poderosos para el ejercicio de la profesión, segundo, estamos en un momento cumbre, como en la punta de una pirámide, en el filo de la historia, y alguien puede decir “yo no voy a cambiar, sigo como voy” y ese es un error inmenso, el gran acierto sería reflexionar y decir “lo que estaba haciendo no está bien hecho y puede hacerse mejor” pero claro, todo eso depende de la voluntad de cada uno, que es lo propio de lo ético.

Estamos en un momento en el que hay una lucha de vida o muerte para mantener vigente los medios de comunicación que pueden llegar al extremo de convertirse en algo prescindible para la sociedad o pueden llegar a ser imprescindibles, este es el momento más oportuno para hacer que el periodismo cambie y llegue a ser el ideal que siempre se soñó, este es el momento, porque se están viendo las grandes equivocaciones pero al mismo tiempo las grandes oportunidades y basta remitirse a la historia de grandes medios de comunicación como el New York Times, el periódico digital Media Part o El Pais.es, que entraron en un proceso de cambios que no solamente son tecnológicos, se necesita a la par un cambio de mentalidad que justamente comienza con el emplazamiento, con el enjuiciamiento del periodismo que se estaba haciendo, un periodismo que había cedido a la tentación de lo fácil que precisamente fue propiciado por la tecnología.

Este tipo de periodismo todavía no se ha exorcizado de poder, porque aún se escucha en varios foros a algunos ilusos diciendo que el periodismo es el cuarto poder, y mientras la mentalidad no expulse a esos demonios del poder el periodismo no cambia, en el momento en que expulsen y se les reemplace por una actitud de servicio, por la convicción de que yo como periodista soy un servidor de la sociedad y que le estoy prestando un servicio digno que tiene que ver con mi inteligencia y con mi alma, en ese momento, el periodismo cambia.

Debe cambiar la mentalidad del periodista y de los empresarios de medios de comunicación, si ese cambio no se da, seguiremos de tumbo en tumbo hasta convertir esta noble profesión, en un oficio desechable.

AR: Si el periodismo es un bien común y los medios y los periodistas estamos en ese filo de la navaja; ¿usted cree que la sociedad ya está juzgando, auditando nuestro trabajo y presionándonos hasta caer hacia uno u otro lado?

JDR: Hoy los receptores de información son muy exigentes al grado incluso de preguntarse si quien le da la noticia es alguien digno de credibilidad, allí es donde viene la vigilancia, la fiscalización del lector para con los medios y los periodistas, ¿yo le puedo creer?, en esa interrogante están implícitos muchos juicios, ¿este periodista que fuentes tuvo?, ¿este periodista que intereses tiene?, ¿este periodista a quien está obedeciendo? Y así siguen, y cualquier receptor de información se siente con autoridad para formularlas y cuando comienza a encontrar respuestas negativas, ya el periodista no sirve para nada, el periodismo es una de las profesiones que más duramente es juzgada por sus consumidores, de eso no nos estamos dando cuenta y sin embargo, allí es donde está la clave para la permanencia y sobre todo para la gran influencia de la profesión.

Hay un proceso mental que se sigue en relación con la calidad de los productos periodísticos, primero se piensa en si lo que se está diciendo ¿es verdad?, y si es así ¿es útil o no me sirve para nada?, este es un desafío enorme.

AR: ¿Cómo aplicar los criterios éticos en una era tecnológica que nos llevó a ese periodismo de lo fácil que usted habla?

JDR: Hay un error que se comete en esto y es creer que hay fórmulas que resuelven todo y estamos frente a un momento de procesos de construcción que tiene de por medio el libre albedrío y lo que se puede hacer y que hacen los mejores profesores es rehuir de los discursos puramente teóricos y estar buscando siempre hechos, y en ese ejercicio hay que evitar el dogmatismo y autoritarismo que suele aparecer en estos casos.

AR: ¿Cuál es el reto de los educadores en las academias de periodismo?

En el caso de las nuevas generaciones de periodistas, de los estudiantes de periodismo el reto es abrir nuevos espacios de conocimiento y aprendizaje, y en este sentido, muchas universidades ya están abriendo los ojos, no sirve para educador únicamente quien tiene un librito y lo va leyendo, sirve alguien que ha tenido experiencia y que a partir de esta experiencia se juzga a sí mismo y saca conclusiones para sus estudiantes, no es cuestión de una teoría, tiene que haber algo de entrega de la propia vida del docente hacia el estudiante, la ética no se enseña, se comparte.

Yo creo que a lo que debemos aspirar es a tener estudiantes de periodismo que se convenzan de que deben aprender primero a ser buenas personas y al servicio de esas buenas personas unas técnicas profesionales y con la utilización de los conocimientos adquiridos en su formación para ejercer la profesión.

AR: ¿Se puede ser ético en esta era de las redes sociales y las plataformas digitales?

JDR: Se tiene que ser ético, si uno quiere, las redes sociales pueden hacer un bien, si las usamos para eso, uno solo hace bien si maneja la verdad, si esfuerza por decir la verdad, si por el contrario las utilizamos como juguetes para hacer trampa y maldad pues ese es otro cuento, pero las redes sociales son un gran instrumento. Lo digital está concebido para que sea un instrumento de comunicación, pero se le está utilizando como instrumento de contacto.

AR: ¿Deterioró la multimediatización de los medios la calidad del periodismo?

JDR: Yo creo que hay que volver a lo elemental del periodismo y es saber para qué informamos, yo no informo para satisfacer la curiosidad de la gente, yo no informo para hacerme famoso, yo no informo para ganar dinero, yo estoy informando para hacer que los valores que dignifican a las personas, que la humanizan, lleguen a través de mi trabajo, entonces vuelve la pregunta elemental, ¿para que se informa?, y aquí llegamos a uno de los campos en los que actualmente se ha tenido más progreso y es la vocación política del periodista que no está hecho simplemente para contar el cuentico o para presumir una exclusiva, y aquí retomo lo que decía Gabriel García Márquez, “el periodista es alguien que tiene la oportunidad de cambiar algo todos los días”.

El periodismo ha ido una especie de ascenso, a finales del siglo XIX el señor Pulitzer, tenía la idea de que el periodismo era para entretener a la gente, para contarle cosas curiosas, que nació un ternero de dos cabezas, y ¿por qué esa idea?, porque eso hacía que la gente comprara los periódicos, esa fue la idea elemental, luego en los años 20s, aparece la idea de hacer un periodismo útil, enseñarle a la gente a hacer cosas. A mitad de siglo aparece una tercera etapa y esa es cuando se hace periodismo para explicarle a la gente lo que está pasando, que es el periodismo de interpretación que sí, es bueno, satisface mucho, dignifica mucho la profesión, hace que la gente respete mucho al periodista y finalmente, allá por los años 70s, viene otra evolución, que es hablar del periodismo que pronostica el futuro, a la gente no le interesa tanto saber lo que pasó, ni lo que está pasando, sino lo que pasará y es cuando aparece la otra forma de periodismo, que es la que tiene la osadía de asomarse al futuro y que llega a acuñar como un principio la frase “el que mejor conoce el presente, es el que puede asomarse al futuro”.

Como ves, desde finales del siglo XIX hasta finales del siglo XX el periodismo va cambiando porque entiende que hay en el fondo de todo eso la convicción de que el periodismo es un poder que no se ha desarrollado completamente.

AR: ¿Para usted esa convicción es correcta?

JDR: Claro, el periodismo es un poder que no se ha desarrollado completamente, lo tiene frenado completamente el impacto de la tecnología y llegará a comprenderlo y entenderlo el día que el periodismo se dé cuenta cual es el rol político que le corresponde y deje todos los miedos que hay en torno a la relación política y periodismo.

El periodista es un líder de la sociedad, maneja la materia prima necesaria para el cambio de la sociedad que es la información, y este periodista tiene una estructura mental que le hace pensar en el bien de todos, que es la suprema aspiración política y lo pone al servicio de todos, eso lo vacuna contra el partidismo.

AR: Finalmente ¿Cuál es su mensaje para los periodistas jóvenes, para los estudiantes de periodismo?

JDR: Cuando me hacen esa pregunta me viene la misma idea que la he repetido en otras ocasiones; primero, mire el periodismo como un servicio, no como un poder, y luego entienda que el periodismo no es un cálculo, sino que es una pasión, por eso no se ejerce como una profesión, sino como una misión, mire bien las palabras que acabo de subrayar; misión, pasión, servicio, y allí tienen los mejores consejos que yo pueda darle.

Javier Darío Restrepo seguirá posicionado como el gran referente de la ética periodística, sentó las bases para un periodismo de análisis e introdujo una aproximación humana a la noticia tradicional determinando como los hechos afectaban a la gente en su vida cotidiana. Conocerle y aprender de él fue un privilegio

Restrepo nos enseñó que el periodismo de hoy es un periodismo distinto, que supera las limitaciones y errores del pasado y ofrece al receptor la oportunidad de información de mayor calidad, por tanto, es deber fundamental saber que:

- Si no es verdad, no es ético.
- Si no se publica para servir a la audiencia, no es ético.
- Si no se publica con respeto, no es ético.

LA COBERTURA DE LA NOTA JUDICIAL POLICIAL; REFLEXIONES ÉTICAS

Texto incluido como “Reflexión Ética” en el libro “Protocolo de Actuación para la apropiada cobertura de la Información Policial Judicial” a petición del Programa EUROJUSTICIA en conjunto con la Unión Europea, la Cooperación Española, el Poder Judicial de Honduras, Ministerio Público y la Secretaría de Seguridad.

La calidad de la información, y del trabajo periodístico ético corresponde a los propios periodistas, tiene que ver con los valores y principios de quien ejerce y del nivel de compromiso que se tenga con la sociedad, ser un buen periodista depende de uno mismo, al final son los mismos lectores, oyentes y televidentes los que valoran el trabajo profesional y las motivaciones del mismo.

Ética e información

Aunque la ética es un conjunto de valores y patrones de comportamiento inherentes a todos los ámbitos en los que el ser humano se desenvuelve, su aplicación en el campo del periodismo y las comunicaciones adquiere cada vez más un renovado interés.

Retomemos la enseñanza que nos deja William Bernbach, a quien mencionamos, dijo en una ocasión que ***“todos los que usamos los medios de comunicación masiva, damos forma a la sociedad. Podemos hacer vulgar a esa sociedad, embrutecerla o ayudarla a elevarse a un nivel superior”***.

El autor refiere la exigencia ciudadana por una información construida a base de hechos visibles y comprobables, de allí que la prioridad de los medios y los periodistas, debe estar concentrada en el cambio social, en las necesidades informativas ciudadanas.

La calidad de la información, y del trabajo periodístico ético corresponde a los propios periodistas, tiene que ver con los valores y principios de quien ejerce y del nivel de compromiso que se tenga con la sociedad, ser un buen periodista depende de uno mismo, al final son los mismos lectores, oyentes y televidentes los que valoran el trabajo profesional.

¿Qué criterios deben manejar los medios de comunicación y los periodistas al informar sobre sucesos judiciales y policiales?

Comencemos definiendo algunos conceptos periodísticos:

La nota roja; También conocida como noticia policial judicial, en los medios informativos se circunscribe a hechos de sangre, crímenes, matanzas, asuntos judiciales, catástrofes, accidentes o escándalos.

La cobertura y divulgación de este tipo de noticias está caracterizada por sus encabezados, que son impactantes y con tintes de exageración y melodrama

Su estructura; A menudo implica un arduo trabajo de reporterismo e investigación mediante el uso de técnicas narrativas, diálogos, construcción de escenas y desarrollo de conflictos.

La nota roja siempre ha sido uno de los sub géneros periodísticos más criticados por los expertos académicos y también por los generadores de opinión debido a su alto grado de morbosidad y emotividad, sin embargo, hoy en día, son el consumo informativo preferido de gran parte de la ciudadanía al grado que muchos medios incrementaron la oferta de programas y secciones especializadas provocando una competencia desenfadada y alejada de las normas ético profesionales que exige el buen ejercicio del periodismo.

En la lucha por la audiencia se perdió la capacidad autocritica de los medios, la prioridad ya no es informar sino impactar, aparecieron los titulares cargados de apodos y las narraciones emotivas basadas en versiones no comprobadas, en supuestos o en simples presunciones.

Las noticias relacionadas a temas de policía, peleas, riñas, criminalidad y otras calificadas como “nota roja”, atraen con suma facilidad la atención del público, promueven un drama humano que genera en los receptores un impacto social multiplicador de conductas y que por tanto, requieren de un abordaje respetuoso, alejado de lo espectacular y/o llamativo.

Cuidados éticos al informar en la Nota Roja

Los manuales de estilo y los códigos de ética profesional previenen a los periodistas y medios de comunicación sobre la adecuada cobertura en noticias de sucesos, nos referimos en este caso a recomendaciones prácticas orientadas a un cuidadoso tratamiento de la información, a evitar el manejo sensacionalista y a no propiciar la divulgación a la ligera o no confirmada.

En la medida de lo posible, el periodismo debe defender sus principios básicos y anticiparse a problemas éticos respecto a sus funciones y responsabilidades en el ámbito informativo, los actuales y futuros profesionales, deben estar conscientes de las graves consecuencias que la ausencia de ética puede causar en la información.

Las noticias de corte policial judicial, deben limitarse a notas breves que solo presenten la información esencial; y en este renglón ponemos especial énfasis en evitar la especulación sobre las causas que motivan el suceso y respetando el dolor y la intimidad de las víctimas, sus familiares y amigos.

El periodista ha de ser prudente con sus informaciones, no siempre la apariencia coincide con la realidad y por tanto, cualquier ligereza por causa de apariencias o testimonios no verificados traerá como resultado inexactitudes dañinas y dolorosas.

La violencia no puede convertirse desde los medios en un espectáculo para satisfacer la curiosidad y el morbo del público. La publicación de imágenes macabras de muertos, heridos y actos violentos, destinada solamente al aumento de las ventas o a ganar audiencia pervierte la profesión y degrada a los receptores de la información.

La Nota Roja cumple una función de servicio al público cuando muestra lo que está sucediendo, explica por qué sucede, y abre los ojos para ver el daño que sufre la sociedad en el presente y las consecuencias que tendrá en el futuro. Tal información no es pues, respuesta para curiosos y morbosos, sino un aporte inteligente para hacer entender los hechos.

LIBERTINAJE.

El diccionario define el concepto de libertinaje, como “la libertad excesiva y abusiva de lo que se dice o se hace, una actitud irrespetuosa de la ley, la ética o la moral de quien abusa de su propia libertad en menoscabo de la de los demás”, muchos confunden la libertad con acciones irresponsables que incluso pueden causar daños a otras personas.

Mahatma Gandhi, reconocido como uno de los líderes políticos y espirituales más grandes de la historia de la humanidad, defensor de los derechos humanos, que siempre adoptó una conducta pacifista dijo en una ocasión que “la libertad no es licencia para hacer cualquier cosa”.

Cuando se habla de libertad de expresión, en Honduras la Constitución de la República garantiza en su artículo 72 la no censura de las ideas y el pensamiento, pero establece además (artículos 75 y 76) la obligatoriedad legal de proteger los valores éticos y culturales de la sociedad y los derechos de las personas en los que se refiere al honor, la intimidad personal, familiar y la imagen propia.

La libertad de expresión no es absoluta, tiene límites en la ley, el respeto y el derecho de las personas, traspasarlos significa vulnerar los principios de la tolerancia y el pluralismo de las ideas, el derecho a expresarse es vital puesto que en la libertad de ideas y opiniones está el fundamento de una democracia, pero no incluye actitudes compulsivas, groseras y abusivas.

¿Hasta dónde llega la libertad de expresión? Está claro que una cosa es libertad y otra muy diferente el libertinaje, la libertad de pensamiento implica aceptar que otros tengan una opinión o visión de las cosas muy diferente a la nuestra, nos hace responsables de lo que decimos, el libertinaje por su parte es una acción carente de moralidad.

El libertinaje es una expresión propia de personas radicales y extremistas que no entienden que la libertad de uno comienza donde termina la del otro, quienes la practican son personas acostumbradas a hacer y decir lo que se les viene en gana.

Llama la atención que, en los últimos años, uno de los derechos que más se defiende por parte de grupos políticos, sociales, de medios de comunicación y periodistas, es el de la libertad de expresión, curiosamente, este es uno de los derechos más violentados, son reiterativos los casos de atropellos y abusos cometidos en nombre de esta garantía individual.

Se hace uso del derecho de libertad de expresión con responsabilidad y fundamentado en la verdad, no en rumores ni mentiras, no creyendo ser poseedores de la verdad absoluta, defender este derecho es una obligación, limitarlo a conveniencia o violentarlo con actitudes irresponsables es incurrir en delito.

LIBERTAD DE EXPRESIÓN

La libertad de expresión forma parte de los derechos humanos de las personas y está protegida por la Declaración Universal de 1948 y las leyes de todos los Estados democráticos.

Esta libertad supone que todos los seres humanos tienen derecho de expresarse sin ser hostigados debido a lo que opinan. Representa la posibilidad de realizar investigaciones, de acceder a la información y de transmitirla sin barreras.

Con la libertad de expresión, no se puede impedir que una persona se exprese, pero sí se la puede penar por sus mensajes. El derecho a la libertad de expresión, por lo tanto, no es absoluto, TIENE LÍMITES.

La libertad de expresión no respalda declaraciones que inciten a la violencia en contra de un individuo o un grupo de personas, tampoco las insinuaciones sobre una persona con el único propósito de fomentar el escándalo público.

¿Por qué las limitantes en el derecho a la libertad de expresión?

El derecho internacional sostiene que la libertad de expresión debe ser la regla y que las limitaciones son la excepción, solamente permitidas para proteger:

- Los derechos o reputaciones de los demás
- La seguridad nacional
- El orden público

- La salud pública
- La moral

Las restricciones a la libertad de expresión y acceso a la información a menudo se traducen en:

- Violencia física.
- Agresiones físicas y verbales en coberturas.
- Procesos judiciales contra comunicadores y periodistas.
- Obstrucción de la información.
- Censura

(Todos estos en su mayoría cometidos por funcionarios y autoridades gubernamentales, policías y militares y grupos sociales violentos).

La libertad de prensa: un derecho de todos

El derecho a la libertad de opinión y de expresión incluye la libertad de buscar, recibir y difundir información. Se trata de un componente clave de la gobernanza y el desarrollo democráticos. La gente debe estar plenamente informada para poder formarse una opinión y participar en los procesos de toma de decisiones que afectan a sus vidas.

Ante esa situación, es necesario aunar esfuerzos para promover y proteger la libertad de opinión y de expresión en todos los ámbitos, incluidas las expresiones en el ciberespacio y otras tecnologías de la información y la comunicación, a la vez que condenamos la violencia contra periodistas, defensores de los derechos humanos y agentes de medios y otras personas que luchan por ejercer su derecho a la libertad de opinión y de expresión.

La libertad de información también contribuye a una mejor gobernanza, ya que incrementa la transparencia de los sectores públicos y privados, y puede utilizarse como herramienta para favorecer la rendición de cuentas de sus actos, en particular cuando el acceso a la información se traduce en la denuncia de las violaciones de los derechos humanos o de prácticas de corrupción.

Como periodistas es fundamental reafirmar nuestra determinación de promover y apoyar la libertad de opinión y de expresión como derechos que deben ejercer todas las personas en todas partes, incluido en internet, sobre la base de los principios de igualdad, no discriminación y universalidad, a través de cualquier medio de comunicación e independientemente de las fronteras.

La libertad de prensa es un pilar para cualquier sociedad. Debe promoverse y nunca darse por sentada. Gracias al valor de muchos periodistas, la palabra “verdad”, tantas veces descuidada, sigue teniendo significado.

¡Es un derecho de todos!

PRINCIPIOS INQUEBRANTABLES DE LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN.

Por tratarse de un derecho inalienable y que a menudo está sujeto a restricciones y limitantes, incluso legales, quisiera resumir en este capítulo, 12 principios considerados Inquebrantables en esta materia (Libertad de Expresión en las Américas, IIDH).

Principio 1. **La Libertad de Expresión es además de un derecho humano inalienable, un requisito indispensable para la existencia misma de una sociedad democrática.** Sin ella es imposible que se desarrollen todos los elementos para el fortalecimiento de las Democracias y el respeto a los derechos humanos.

Principio 2. **Toda persona tiene derecho a la libertad de pensamiento y de expresión. Este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de toda índole.** Los Estados, deben eliminar todas aquellas medidas que discriminen a los individuos de una participación plena en la vida económica, política y social de sus países.

Principio 3. **El acceso a la información en poder del estado es un derecho fundamental de los individuos, los estados están obligados a garantizar este derecho, y solo se admiten limitaciones excepcionales y que deben estar contempladas en la Ley.** Esto se refiere a mecanismos de transparencia en la administración pública

Principio 4. **La prohibición de la censura previa, interferencia o presión directa o indirecta sobre cualquier opinión o información divulgada.** Es deber del estado no interferir en la libre circulación de ideas e información, y cuidar de no crear ni imponer obstáculos al libre flujo de información.

Principio 5. **Toda persona tiene el derecho de comunicar sus opiniones por cualquier medio y forma,** este principio establece además la no exigencia de títulos profesionales para legitimar su derecho a expresarse, sin embargo, discrepo y promuevo, que sí debe ser obligatorio que quien ejerce el Periodismo o la Comunicación Social, en cualquiera de sus manifestaciones debe ser titulado con grado mínimo de Licenciatura en carreras afines.

Principio 6. **Son incompatibles con el derecho de Libertad de Expresión, los condicionamientos previos por parte del estado en aspectos como la veracidad, oportunidad e imparcialidad.** El derecho a la información abarca todo, incluso, aquellos elementos que podrían considerarse como erróneos, incompletos o no oportunos. Sin embargo, están fuera de este criterio, la información maliciosa, malintencionada o con fines destructivos de la imagen y el honor.

Principio 7. **Todo Comunicador Social tiene derecho a la reserva de sus fuentes de información, apuntes y archivos personales o profesionales.** Es un derecho de todo comunicador social, negarse a revelar sus fuentes de información o el producto de sus investigaciones a entidades privadas, terceros o autoridades públicas y judiciales. Este es el denominado “**Secreto Profesional**”.

Principio 8. **El asesinato, secuestro, intimidación o amenazas a los comunicadores sociales, así como la destrucción material de los medios de comunicación, violan los derechos fundamentales de las personas y coarta severamente la Libertad de Expresión.** Es claro que las agresiones contra periodistas tienen el objetivo de silenciarnos, y limitar a una prensa crítica, independiente y beligerante.

Principio 9. **Las leyes de privacidad, no deben restringir la investigación y difusión de información de interés público. La protección a la reputación debe estar garantizada a través de sanciones civiles en el caso de que la persona ofendida sea un funcionario público, o persona pública o particular que se haya involucrado en asuntos de interés nacional.** Leyes como las de calumnia e injurias son utilizadas en la mayoría de los casos para atacar o silenciar, más que para cuidar el honor de las personas.

Principio 10. Los funcionarios públicos están sujetos a un mayor escrutinio por parte de la sociedad. **Este es un principio de auditoría social que tienen los ciudadanos para ejercer control sobre quienes tienen a su cargo asuntos de interés público.**

Principio 11. **Los Monopolios y oligopolios en la propiedad de los medios de comunicación, deben estar sujetos a leyes anti monopólicas, por cuanto conspiran contra la democracia al restringir la pluralidad y diversidad que asegura el derecho a la información.**

La Libertad de Expresión requiere que los medios de comunicación social estén abiertos a todos los sectores sin discriminación ni manipulación.

Principio 12. **La utilización del poder de estado y los recursos de la hacienda pública, la concesión de prebendas arancelarias, asignación arbitraria y discriminatoria de la publicidad oficial, otorgamiento de frecuencias de radio y televisión, con el objetivo de presionar, castigar o privilegiar a comunicadores sociales y medios de comunicación, en función de sus líneas editoriales o informativas también atentan contra la libertad de expresión y deben estar prohibidas por la ley.**

El Derecho a la Libertad de Expresión, NO ES NEGOCIABLE.

LAS TRES AGENDAS; PÚBLICA, MEDIÁTICA Y POLÍTICA

Trataré de resumir en este artículo algunos planteamientos relacionados con un tema fundamental de la Teoría de la Comunicación, “La agenda setting”, o teoría del establecimiento de la agenda, (*McCombs y Shaw 1972*), con el objetivo de reflexionar sobre la capacidad que tienen los medios de comunicación en general y el periodismo en particular, para establecer y proponer los asuntos de discusión e interés ciudadano, y en cómo se relacionan entre si las agendas políticas, mediáticas y públicas.

Inicialmente, debemos decir que la agenda mediática, de la que muchos que se consideran expertos hablan y cuestionan, no funciona en solitario, está directamente relacionada con las otras dos, por un lado con la agenda política, construida en base a temas que generan el debate y la controversia y que regularmente está alineada a propósitos partidistas y propagandísticos y por otro, la agenda pública, definida por un conjunto de problemáticas sociales que deben ser objeto de atención urgente por parte de los tomadores de decisiones.

Evaluemos rápidamente la agenda política, ¿Cómo un asunto puede llegar a formar parte de esta? ¿Cuáles son sus principales factores de incidencia y quienes sus actores? Su enfoque básico es influir a nivel mediático sobre los públicos que son al final los receptores directos de sus mensajes.

En su afán de lucha por el poder, los protagonistas de este nivel de agenda, hombres y mujeres con intenciones de adquirir representación popular, promueven desde sus esferas de acción discursos triviales y vacíos sobre temas cuya problemática no es necesariamente del beneficio colectivo. A veces ocurren hechos relevantes que pasan desapercibidos desde este ámbito porque afectan su entorno, el combate a la corrupción es un ejemplo claro en este sentido.

La agenda política, en síntesis, produce contenidos en función de estado, ya sea desde las posiciones de dirección o de oposición, los políticos se hablan entre ellos, alcanzan acuerdos, debaten y se cuestionan, seleccionan sus modelos y esquemas de comunicación con el fin de atraer la atención mediática para presentar sus argumentos ante la sociedad a la que dicen representar.

La tercera agenda, la pública, dista por mucho del carácter individualista de la anterior, se enfoca exclusivamente en aspectos que interesan a la gente, sus problemas crónicos, aquellos considerados como prioritarios, carentes de respuestas o cuya atención es mínima. Aquí se ve reflejado el descontento social ante políticas y determinaciones gubernamentales que agudizan sus crisis.

La sociedad está urgida de pluralidad de voces y criterios, reclama que sus asuntos sean visibilizados al grado de obligar a respuestas concretas, es por eso que los ciudadanos recurren a sus medios de comunicación masivos, para dirigir la mirada hacia las cuestiones particulares y que deben estar incluidas en los espacios de discusión y opinión.

En este sentido, las redes sociales han jugado en los últimos años un rol interesante en lo que se considera una nueva dimensión de la exposición de los públicos, ya que a través de estas, se discuten y analizan contenidos relevantes que a menudo son expuestos por líderes de opinión y dirigentes sociales, gremiales e incluso políticos, sin embargo, aunque estas son una medición, no podemos asegurar que sean cien por ciento representativas de lo público.

Este es el elemento interesante de la Teoría de la Agenda Setting, la interacción que a nivel de propuesta mediática se puede establecer con lo político y lo público, y la importancia que esta le da a ambas, es esta interrelación la que permite estructurar o construir agendas temáticas, las hay de todos los estilos, enfoques e ideologías y su finalidad es atraer y socializar contenidos, información y mensajes con los públicos de su interés.

Desde esta perspectiva no deben existir los cuestionamientos, y mucho menos las intenciones o exigencias por definir una sola agenda, más bien se permite la apertura, seguramente los diferentes actores políticos, de la línea de pensamiento que sean, buscan y pretenden influir en el establecimiento de una agenda acorde a su visión y propósitos, el periodismo y la nueva dinámica de los medios permiten estas libertades a los públicos, no en vano siguen siendo pilar de la democracia, por supuesto con el respeto para quienes están en su derecho de pensar lo contrario.

MEDIOS, POLÍTICA Y SOCIEDAD DE MASAS

Basado en la teoría de la “Aguja hipodérmica” de Laswell

Se dice a menudo que quien maneja la información controla el poder, de igual forma se asegura que quien tiene el poder dirige las masas, y en efecto estas son afirmaciones que no dejan de ser sujeto de minuciosos análisis y estudios, la información es poder y el poder mueve las masas.

En este breve ensayo pretendemos hacer una rápida evaluación del porqué de la influencia que ejercen en las sociedades el manejo de la información, y como la política ha logrado seducir a los medios de comunicación hasta el punto de influenciar y mover la opinión pública de modo que sus mensajes puedan ser aceptados de manera directa por los receptores tal cual lo plantea Harold Laswell, politólogo, sociólogo y psicólogo, pionero de la Ciencia Política, en su teoría de la aguja hipodérmica.

¿Masas o audiencias? ¿Acaso hay diferencias entre una y otra?

Seguramente si, y muchas, en toda sociedad existen grupos, unos que se muestran y se presentan de manera organizada y otros que simplemente no lo hacen, pero están allí, existen, son parte de una sociedad de masas, un grupo heterogéneo con múltiples diferencias pero que a su vez comparten necesidades similares.

Una de las más notables diferencias está concentrada en el espacio que cada una ocupa en la sociedad, mientras las masas permanecen estáticas solamente recibiendo mensajes, las audiencias se constituyen en el público activo de los medios de comunicación. Es quizás aquí donde se encuentra la validez de la teoría de la aguja hipodérmica de Laswell (1927) que plantea la reacción de las masas ante ciertos estímulos hasta “inyectar” en el o los receptores el mensaje.

En su visión de una aguja hipodérmica, Laswell se refería y ponía de relieve la capacidad y el poder de persuasión que tienen los medios sobre sus públicos, elemento que ha sido discutido por parte de algunos teóricos críticos de la comunicación que por ejemplo plantean que este es un término “ambivalente que dependiendo de la situación, hay que darle una distinta definición para precisar su aceptación y correcto uso”.

Sin embargo, vigente o no, la concepción de Laswell nos lleva a reflexionar sobre la innegable influencia, positiva o negativa, que los medios masivos han ejercido y ejercen en las sociedades, en la política, la economía, la cultura, la religión y en el total entorno del individuo.

La relación política y medios

Se dice que un político que no acude a los medios está destinado al fracaso o a la inminente invisibilidad y es a través de la información que los medios generan que se produce la interrelación entre los sujetos, pasivos o activos, estos se ven saturados de imágenes y contenidos, es aquí donde la política como catalizador de masas, encuentra el espacio ideal para su fortalecimiento, los medios se convirtieron en el escenario propicio para hacer llegar sus mensajes a los públicos.

La información es necesaria para el desarrollo de la sociedad, y en el caso de los medios, se ha cuestionado que estos no solo transmiten información, sino que a su vez la administran y la seleccionan antes de llegar a divulgarla, se trata de posicionar una agenda con el fin de generar opinión política.

Ante un marcado proceso de deterioro en su imagen, los medios se han convertido en la tabla de salvación para los políticos, echan mano de su imagen y seducen a las audiencias, adquieren capacidad de manipulación, una especie de maquillaje dicen los críticos, ante su continuo proceso de degradación.

Esta cercanía, medios y política es hoy en día un cordón cuyo nudo no es fácil desenredar, y mediante el control de la información el poder político se fortalece.

Bibliografía:

Harold D. Lasswell

Estructura y función de la comunicación en la sociedad* Publicado en Moragas Spá, Miquel, Sociología de la comunicación de masas , tomo II, Gustavo Gilli, Barcelona, 1985.

De seducciones y desengaños de la política en la sociedad de la comunicación **

Marin, Luis Femando

Los Modelos Comunicacionales: La Teoría de la Aguja Hipodérmica y el Modelo de Harold Lasswell

Profesor: Autor: Carlos Colina Jesús Lovera

C.I: 18.754.418

EL ROL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN EL DESARROLLO DE LAS DEMOCRACIAS

A lo largo de la historia, muchas de las transformaciones que han experimentado las democracias latinoamericanas, se han visto influenciadas en gran manera, por el impacto y la incidencia que los medios de comunicación han alcanzado al grado incluso de afirmar que existe una marcada interrelación medios-democracia, capaz de transformar sociedades y culturas.

Pretendemos en este artículo, presentar un balance orientado al análisis de esta conexión, desde la óptica positivista, fundamentada en el impacto de los mensajes sobre las audiencias, pero también desde un enfoque crítico social, haciendo una relación basada en el contexto social y económico, bajo la premisa de que la “**mass mediatización**” afecta de manera directa el entorno en el que se mueven las masas.

Un primer enfoque (Positivista)

No es novedoso el análisis que a menudo se hace en referencia al rol que los medios de comunicación han desempeñado en el devenir histórico de las democracias. El impacto mediático ha sido clave en los entornos políticos y desde aquí su incidencia en las instituciones, las transformaciones sociales y la economía entre otros sectores

Lo anterior es quizás uno de los principales argumentos críticos planteados en la propuesta de la “Democracia Deliberativa” de Jurgen Habermas, destacada figura de la corriente filosófica conocida como la Escuela de Frankfurt, al referir que el modelo institucional democrático del estado debe ser reconstruido a fin de permitir que la comunicación se genere desde abajo y desde fuera, es decir, desde el sistema social hacia las instituciones políticas gobernantes.

Sin dejar de lado su influencia social, existen algunos cuestionamientos orientados a la invisibilización de la sociedad que deriva en la atención de los grupos de políticos hacia el poderío que representan los medios masivos, de aquí que muchos de los males sociales que enfrentan los países, son atribuidos a los medios.

Habermas advierte que “el poder de los medios puede ser neutralizado mediante la preservación de su independencia de las presiones políticas y sociales, de esta forma, la influencia del poder político y social puede ser bloqueada...”

En consecuencia, el autor esboza que el uso del poder debe ser racionalizado mediante las deliberaciones ciudadanas, que en esencia consisten en un espacio público en el que se le da un tratamiento específico a un problema dentro del sistema político.

Esta conexión de espacio público, medios de comunicación e instituciones políticas, delimita funciones diferenciadas facilitando a los grupos sociales, interferir y actuar políticamente sobre sí misma y a la vez generar influencias sobre las instituciones políticas.

Un segundo enfoque (Crítico social)

Una de las principales preocupaciones sobre el rol de los medios de comunicación en las sociedades democráticas, está concentrada en el hecho que estratégicamente, estos se han mantenido sutilmente al margen de las instituciones políticas, esto le ha permitido alcanzar cierto nivel de influencia, convirtiéndose en actores directos de los procesos democráticos con sus propios intereses y agenda.

El mismo concepto de Democracia Representativa ha sido incluso cuestionado producto de los cambios de conducta que los mensajes desde los medios generan en los receptores, cambiando actitudes, conductas o esquemas de pensamiento.

Robert Dahl (1992), quien fuera profesor de Ciencias Políticas de la Universidad de Yale y uno de los más destacados politólogos estadounidenses, plantea que para resolver el problema de la brecha existente entre el conocimiento de las elites de la política pública y el de los ciudadanos; es necesario crear las condiciones que contribuyen a ampliar la democracia, para lo cual es necesaria la existencia de: comprensión ilustrada, control de la agenda, acceso a fuentes alternativas de información, consenso informado, transparencia y comprensibilidad.

Para Dahl, es fundamental ampliar la calidad y la cantidad de información que los medios de comunicación transmiten, de ello depende la posibilidad de acceder a más y mejor información,

Bibliografía:

Razón y espacio público en la democracia deliberativa. Una perspectiva habermasiana
Ángel Sermeño Quezada*

Medios de comunicación y organizaciones de la sociedad civil: fortaleciendo alianzas para la democracia y los derechos humanos en América Latina. Catalina Montoya

Bettina Martino y Humberto López. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales.
Universidad Nacional de Cuyo (Medios de Comunicación y Democracia):
Apuntes para el análisis de una relación compleja.

Nuevo Periodismo para una Nueva Generación

Durante muchos años los estudios acerca del periodismo y la información han tenido como centro de atención principal los medios de comunicación masiva, entiéndase televisión, radio y publicaciones impresas. En la mayoría de los casos, estos análisis concluyen que a pesar de que las empresas periodísticas se encuentran ubicadas entre las organizaciones con mayor credibilidad en los países, también atraviesan por una profunda crisis global porque las nuevas tecnologías les afectan directamente. Nos referimos a una crisis en tres vías: tecnológica, de contenido y de perfil profesional.

La expansión del internet supuso un cambio radical en las estrategias de comunicación e información, mientras el modelo mediático tradicional funciona en base a “**emisor, mensaje, código y receptor**”, la comunicación digital y los nuevos medios se fundamentan en la **interacción** en la red con los **usuarios** que reciben los mensajes emitidos.

Si bien la esencia del periodismo sigue siendo la misma, la actividad profesional de *RECOLECTAR, SINTETIZAR, JERARQUIZAR Y DIVULGAR* información, las herramientas cambiaron, la evolución tecnológica ha generado un cambio obligado en los medios de comunicación tradicionales y por supuesto en sus modelos y formatos informativos.

Con la llegada de la era digital, la información dejó de ser un producto exclusivo de los periodistas, el esquema de “un ciudadano, un reportero” toma fuerza con el auge de las redes sociales y está forzando a los medios a reestructurarse y adaptarse a los nuevos esquemas sociales de consumo de la información.

El mundo digital integra en uno solo todos los formatos tradicionales, hace posible minuto a minuto la actualización informativa desde cualquier parte del mundo, rompió con los rígidos esquemas editoriales y abrió una ventana de opciones permitiendo a los usuarios seleccionar libremente el contenido de su preferencia y participar del mismo.

Hay que saber dónde están las audiencias

A nivel de América Latina, publicaciones recientes revelan que aunque la televisión sigue siendo el medio de comunicación preferido por las audiencias, sus números están bajando de manera considerable en los últimos años ante el acelerado crecimiento del internet como herramienta informativa y de generación de contenido, (según datos de United Nations Population Division 2018, más de 400 millones de personas tienen acceso a Internet).

El último estudio de “**Tendencias Digitales**” sobre el uso del internet arrojó datos interesantes que son importantes de compartir:

A la cabeza de las plataformas de las redes sociales, encontramos a YouTube con un 95% de uso en América Latina. El líder de los videos en Internet es también la red social y de contenido a la que más recurren los internautas de la región para entretenerse, informarse y educarse.

Le sigue el gran gigante Facebook con un 89%, LinkedIn y Twitter comparten el puesto con un 56% cada una. Instagram y Skype tienen un 47% y 45% respectivamente, finalmente están Spotify (29%), Pinterest (27%) y Snapchat (14%).

En el mismo también se consulta a los usuarios ¿Qué buscan en las redes sociales? Las respuestas son muy diversas:

Razón/Uso	Porcentaje	Principales redes sociales
Buscar información	65%	YouTube y Twitter
Informarse de temas actuales	65%	Twitter
Divertirse	55%	Facebook y YouTube
Aprender	52%	YouTube e Instagram
Conocer personas	30%	Facebook
Promover una empresa/profesión	28%	LinkedIn

Fuente: *tendenciasdigitales.com*

¿Cuáles son los principales retos del nuevo periodista en la era global?

El periodismo en la era digital abrió una ventana que permite tener una visión más amplia de los cambios por los que ha tenido que pasar la actividad periodística como en el caso de la investigación, la verificación de datos, la producción de contenidos, los alcances y límites éticos y legales entre otros a los que muchos todavía se resisten.

Podemos decir que el presente y futuro de los medios de comunicación está en manos de la innovación y la creatividad, del conocimiento que se tenga de las audiencias y sus gustos, de la interacción con un público que quiere ser participante directo y ya no simplemente un espectador.

En el nuevo contexto de la demanda laboral en el área de la comunicación y la información, el nuevo periodista debe ser eminentemente digital y con un alto conocimiento de las nuevas tecnologías, un profesional polivalente, experto conocedor de las redes sociales y las nuevas técnicas narrativas multimedia, un profesional analítico que incorpora mediante la visualización de datos una nueva forma de periodismo asistido por computadoras.

Un periodista acostumbrado a diversificar, a reinventarse profesionalmente, con amplio conocimiento del lenguaje transmedia, con el tratamiento adecuado de la información global, pero sin alterar la esencia de su trabajo informativo.

Otro gran reto está en el llamado “periodismo móvil” que se vale de sus propios teléfonos inteligentes para desarrollar el proceso de recolectar, procesar, editar y divulgar sus propios contenidos.

El nuevo periodista debe ser un redactor creativo con la capacidad de contar y escribir historias que capten la inmediata atención del lector, una de las primeras obligaciones de un buen profesional de la información y la comunicación es saber escribir al margen de las plataformas que use.

En el corto plazo los análisis e investigaciones sobre el periodismo y la información ya no estarán enfocados exclusivamente en los medios masivos, sino en los cambios que se están generando cada vez con mayor incidencia en las nuevas competencias y habilidades que requieren los periodistas y

aquí tiene mucho que ver la formación que se recibe desde la academia, incorporando en sus planes de estudio las asignaturas y actividades que trasciendan al nuevo perfil profesional incluyendo el dominio de idiomas y sin descuidar fundamentos básicos como la ética, los valores, las buenas prácticas y el rol social del periodismo y los medios.

¿COMUNICADORES O COMENTARISTAS?

Tuve la oportunidad de compartir con el reconocido conferencista puertorriqueño Carlos Vélez, con quien coincidíamos en una jornada para estudiantes de periodismo, que una de las principales cualidades que deben desarrollar quienes se encuentra en posiciones de liderazgo, es la de ser buenos comunicadores, es decir, tener la habilidad de poder transmitir un mensaje de manera que pueda ser fácilmente entendible para sus receptores.

Una realidad a veces inexplicable, en la era de las comunicaciones masivas los seres humanos tenemos cada vez más problemas para comunicarnos, para entendernos, para exponer con amplia claridad y elocuencia lo que pensamos y lo que sentimos, muchos incluso a menudo no estamos convencidos de la autenticidad de los mensajes que recibimos de otros.

Sobre lo anterior, el conferencista planteaba que el gran problema de la sociedad hoy en día, y particularmente entre el liderazgo de un país, es que a menudo en lugar de comunicar muchos se convierten en comentaristas, emiten opiniones, cuestionan, analizan, pero no proponen, no trascienden más allá de lo visible, más que transformar y hacer incidencia se han acostumbrado desde la comodidad a simplemente emitir criterios particulares y en la mayoría de los casos intrascendentes.

El escrito que lleva por nombre “Comentaristas y Comunicadores” ¿Cuál eres tú?, plantea cinco grandes diferencias entre uno y otro, la primera de estas es que “un comentarista está orientado a sí mismo, mientras el comunicador se orienta a la audiencia”, en segundo lugar, advierte que “el comentarista se enfoca en un tema, mientras que para el comunicador, el ambiente a su alrededor es importante”.

La tercera diferencia es que “el comentarista habla de lo que tienen en la cabeza, mientras que un comunicador, habla de lo que sale de su corazón”, y aquí quiero hacer un espacio para agregar que producto de las diferencias sociales, económicas, religiosas y políticas que entre otras se han venido deteriorando en la sociedad, es normal encontramos con personas negativas, en constante queja, intolerantes a las opiniones de otros, impacientes y hasta agresivos en su actuar.

Pasa por ejemplo en política, que las mismas dificultades y obstáculos que muestran los líderes para dialogar y entenderse, se transmiten también a sus seguidores y colaboradores, algunos de ellos refugiados en grupos de respuesta clandestinos cuya única tarea es la de insultar, denigrar, ofender y amenazar a quienes tienen opiniones contrarias y que no van en sintonía con sus intereses.

Como sociedad no hemos aprendido a dialogar con altura, no estamos acostumbrados al debate de las ideas, vivimos gobernados bajo la ley de la jungla, en donde prevalece el más fuerte o se hacen visibles los reclamos del que más grita o insulta.

Cuando se habla desde el corazón es porque se ha entendido las necesidades del otro, nos hemos identificado con sus circunstancias, se establece una relación de respeto, confianza, comprensión, apoyo, empatía y es entonces cuando la comunicación cobra sentido.

La cuarta gran diferencia va en sintonía con lo anterior, “un comentarista ama hablarle a la gente, mientras que un comunicador ama a la gente a la que le habla” esto es el interés y la búsqueda genuina por agregar valor a los demás y a lo que hacen, finalmente “un comentarista se fundamenta en la información, pero un comunicador está enfocado en la acción”, transmitir información nunca será suficiente, hay que dar un paso más allá, establecer conexión con las personas, buscar respuestas a sus principales necesidades, mover a la sociedad a encontrarse con verdaderos cambios que le ayuden a elevarse a niveles superiores.

Referencia: Comentaristas y Comunicadores... ¿Cuál eres tú? Carlos Vélez, (pastorcarlosvelez.com)

CONVIENDO EN LA ERA DEL INTERNET

En Internet convivimos muchos usuarios y hoy somos parte de una comunidad de ciudadanos globales que hemos encontrado en la red los espacios para ampliar las comunicaciones entre unos y otros, sin embargo, no hay que olvidar que quienes habitamos en esta aldea global también somos personas y que debemos hacer un uso adecuado y respetuoso de las plataformas digitales

Curiosamente en la era de las comunicaciones pareciera que lo que menos hay en la red es eso, buena comunicación, y en medio de esta apertura comunicativa y de acceso a la información no se han respetado ciertas normas elementales de convivencia y por eso es que surge lo que hoy conocemos como “NETIQUETA”, una palabra derivada del francés “étiquette” y del inglés “net”, y que son un conjunto de normas orientadas a regular el comportamiento de los usuarios en la red, en la social media, en un foro o mediante correo electrónico.

A este documento, surgido en 1995 ya muchas comunidades a nivel mundial le han ido haciendo adaptaciones de acuerdo a sus experiencias y necesidades, estas reglas básicas de comportamiento ético en la red también aplican al periodismo.

¿Qué es la netiqueta?

Es un conjunto de reglas que regulan el comportamiento de los usuarios para comunicarse en la red, en pocas palabras es la etiqueta del ciberespacio.

¿Para qué conocer la netiqueta?

Es muy importante tener en cuenta estas reglas, para no generar conflictos o desagrazios en la comunicación dentro de las diversas plataformas virtuales existentes.

Las 10 reglas básicas de la netiqueta:

- **Regla N° 1: Recuerde lo humano – Buena educación**

Normalmente en Internet somos anónimos, se debe tratar a las personas con las que te comunicas con respeto, medir las palabras que dices, pues lo que escribes puede ser archivado y luego utilizado en tu contra, en general tratar a los demás cómo nos gustaría que nos traten.

- **Regla N° 2: Comportate como en la vida real**

Sea respetuoso y compórtese de acuerdo a las leyes de la sociedad y del ciberespacio, ya que en el ciberespacio las posibilidades de ser descubierto parecen remotas pero esto no debe hacernos olvidar que hay un ser humano al otro lado del computador.

- **Regla N° 3: Sepa en qué lugar del ciberespacio está**

Antes de participar en una actividad en Internet, se debe observar la conducta, costumbres y leer las normas del sitio, ya que en todas no funcionan de la misma forma y puede cometer errores por no estar informado.

- **Regla N° 4: Respete el tiempo y el ancho de banda de los demás**

Antes de enviar una información a una determinada persona asegúrese que lo que envía es de importancia, sea breve y conciso ya que el tiempo de los demás vale, y este deja de realizar otras actividades por dedicarle tiempo a leer lo que envió.

- **Regla N° 5: Forma de escritura**

Utilice buena redacción y gramática para redactar tus correos o mensajes en redes, sea claro y coherente con la información que transmite para que esta no sea distorsionada; sea sencillo, agradable, educado y evite utilizar lenguaje ofensivo porque puede molestar a alguien.

- **Regla N° 6: Comparta el conocimiento de expertos**

Comparta sus conocimientos y de los demás expertos con otras personas de la red y haga del ciberespacio un medio para enseñar y comunicar lo que sabe. Póngase en el lugar de los demás y recuerde cuando usted tampoco sabía algún tema.

- **Regla N° 7: Ayude a que las controversias se mantengan bajo control**

Cuando quiera formar parte de una conversación como en un foro, hágalo cuando esté seguro de lo que va a escribir. Manténgase fuera de discusiones que no domina, sea prudente en el momento de opinar o entrar en un grupo de discusión.

- **Regla N° 8: Respeto por la privacidad de los demás**

Si comparte el ordenador con otros miembros o usuarios, respete sus datos. No lea correos ajenos, no mire sus archivos, etc. Esto es aplicable tanto a usuarios que usen su ordenador, como otros usuarios que no lo hagan.

- **Regla N° 9: No abuse de las ventajas que pueda usted tener**

No aprovechase de las ventajas que pueda tener por el conocimiento o el acceso a distintos sistemas. Que sepa, no le da derecho de aprovecharte de los demás.

- **Regla N° 10: Excuse los errores de otros**

Recuerde que todos somos humanos y por lo tanto, todos nos equivocamos. Nunca se debe juzgar a alguien por sus fallos. En todo caso, ayudarlo o sugerirle cuando se encuentre un error y nunca mostrar prepotencia al encontrar un fallo y mucho menos reírse de él.

CONSEJOS PARA ESTUDIANTES DE PERIODISMO.

Cada año crece el número de jóvenes que inician sus estudios universitarios en Periodismo y es normal que a medida que se va avanzando en esta apasionante carrera también se cometan errores de carácter personal, académico y profesional. Por eso considero importante hacerles llegar unos breves consejos que espero sean de utilidad e impacto para su futuro profesional:

Como punto de partida todo aspirante a periodista debe responderse las siguientes interrogantes:

1. **¿Para qué estudio periodismo?**
2. **¿Cuál es mi visión profesional en el mediano plazo?**
3. **¿Dónde me veo y haciendo qué?**

A partir de estas preguntas reflexivas, algunos consejos que debemos tener en cuenta:

1. **SE ANTE TODO UNA BUENA PERSONA.** Como bien decía Ryszard Kapuściński, “las malas personas no pueden ser buenos periodistas”. Ser buena gente, leal, respetuoso, tratar a los demás como nos gustaría ser tratados, no murmurador ni prepotente.
2. **EL PERIODISTA NO ES UN ARTISTA.** Por tanto, nuestro objetivo no debe concentrarse en ser famoso ni mucho menos una celebridad, más que la fama es el buen nombre y aspirar a ser una fuente de confianza para el público.
3. **ACOSTUMBRARSE AL HÁBITO DE LA LECTURA.** Lea de periodismo, novelas, poesía, literatura y manténgase actualizado. Cuanta más lea mejor. Un periodista tiene que saber un poco de todo.

4. **EVITE LA AUTOSUFICIENCIA.** No crea que lo sabe todo o que ya no necesita aprender de nadie. El día en que eso le suceda, verá cómo se va quedando solo(a) y como se cierran las puertas.
5. **SEA CURIOSO Y PREGUNTE.** No se quede con dudas, preguntar despeja dudas. **RECUERDE QUE NO HAY PREGUNTAS TONTAS.**
6. **ABRA UN BLOG Y PUBLIQUE.** No hay que esperar, haga práctica lo más pronto posible, escriba, comparta con su audiencia en redes, muestre el trabajo que ya está haciendo. El currículum de un periodista está en sus trabajos, incluso aquellos que se realizan como parte de los proyectos en la universidad. Esto es su carta de presentación.
7. **CUIDE LA ORTOGRAFÍA.** En periodismo, el lenguaje es una herramienta vital, hay que consultar el diccionario.
8. **TRABAJO EN EQUIPO.** Cada vez más en periodismo toma fuerza el trabajo colaborativo con mucha gente que no se conoce o que no hay afinidad, cuando usted llegue a un medio o una oficina de comunicación no podrá elegir a sus compañeros, algunos serán amables, otros antipáticos; algunos le caerán bien y otros no tanto, pero tendrá que trabajar con todos ellos.
9. **USE LAS REDES SOCIALES DE MANERA RESPONSABLE.** Estas le pueden servir para crear comunidad, para darse a conocer, para entrar en contacto con periodistas y organizaciones nacionales y del extranjero o para encontrar trabajo.
10. También recuerde que en las redes sociales; **PUEDE PERDER SU REPUTACIÓN Y SU CARRERA EN UN INSTANTE.**

Gabriel García Márquez dijo que “el periodismo es el mejor oficio del mundo” y de mi parte lo animo a que ame, valore y dignifique nuestra profesión.

Aldo Romero ocupa un merecido lugar en la primera fila del periodismo informativo y analítico que se ejerce en Honduras. Entre el diarismo responsable y la academia que apasiona, ha sabido darse tiempo para publicar el lucido ensayo que hoy pone en las manos del lector, seguramente necesitado de explicaciones racionales y aportes axiológicos, ante una maquinaria comunicacional de carácter sistémico.

Aldo Romero, con prosa ágil y empática cuenta la historia de una vocación, asumida y realizada con voluntad, rigor ético y herramientas conceptuales que hacen de este ejercicio intelectual, un excelente manual para los estudiantes de periodismo.

Su lectura es altamente formativa y orientadora tanto para quienes estudian las ciencias de la comunicación y la información como para el ciudadano capaz de auto concebirse como sujeto protagónico de procesos sociales en los que la democracia y el humanismo beligerante sean realidades indestructibles.

Estos son, en necesarias síntesis, los temas abordados por el autor; Periodismo; para que sirva lo que hacemos. La ética; el principal aliado. Los medios de comunicación y la crisis de contenido. Periodismo, academia y medios de comunicación. Periodismo y auditoria social. Periodismo, Información y ética. Dilemas éticos en la era de las redes sociales. Medios de comunicación y sociedad de la información. Principios inquebrantables de la libertad de expresión. Medios, política y sociedad de masas. El rol de los medios de comunicación en el desarrollo de las democracias y consejos útiles para los estudiantes de periodismo.

Esta columna temática es ampliada con material complementario y sub-temas que el lector sabrá apreciar y valorar en la justa medida.

En resumen, un texto que hacía falta, que era necesario de cara a la crisis estructural de la sociedad hondureña y las características del periodismo nacional que atraviesa una etapa sumamente crítica.

Se debe retomar la ruta de los grandes maestros reducidos al olvido; Rafael Eliodoro Valle, considerado en su tiempo el mejor periodista de América Latina, Arturo Mejía Nieto, columnista de La Nación de Buenos Aires, Argentina, Medardo Mejía, Alejandro Valladares, Alfonso Guillen Zelaya, quien desatacó en el periodismo editorial de México, Oscar Acosta y otros sin duda emblemáticos.

Aldo Romero plantea el desafío, las actuales generaciones tienen la palabra.

Livio Ramírez Lozano

Catedrático e investigador universitario

Premio Nacional de Literatura

Exdirector de la Academia Hondureña de la Lengua.

Ha ejercido el periodismo escrito, radial y televisivo.



EL AUTOR:

Aldo Enrique Romero es un reconocido Periodista, por la Universidad Nacional Autónoma de Honduras (UNAH), que por casi tres décadas se ha desempeñado de manera continua en la cobertura mediática nacional e internacional en Radio, Televisión, Prensa Escrita y Digital, laborando en los medios de Comunicación más importantes de su país.

Es además un apasionado académico del Periodismo, destacando en su trabajo de formación y preparación de las nuevas generaciones de periodistas y comunicadores. Fue durante diez años (2007 a 2017) el Director Académico de la carrera de Comunicación Social y Pública de la Universidad Metropolitana de Honduras (UMH).

Desde el mes de marzo del 2017, Aldo Romero se desempeña como Jefe Académico Nacional de la Licenciatura en Periodismo de CEUTEC/ UNITEC, en la que a su vez ha trabajado junto a un selecto grupo de profesionales en el diseño de los programas de estudio y actualización de contenidos para asignaturas como Redacción Periodística, Periodismo de Investigación, Periodismo Económico, Periodismo Digital, Televisión y Nuevos Medios entre otras.

Se ha desarrollado en el campo de la Estrategia de Comunicación y las Relaciones Externas, permanente conferencista en temas de Comunicación y Liderazgo y Columnista.

