



Universidad de Concepción

DIRECCIÓN DE DOCENCIA

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

DEPARTAMENTO DE
COMUNICACIÓN SOCIAL

CARRERA DE PERIODISMO

TEXTO DE APOYO A LA DOCENCIA



EFECTO VITAMINA

en la entrega noticiosa

Autor:
Carlos Oliva Quezada

UNIVERSIDAD DE CONCEPCIÓN

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

DEPARTAMENTO DE
COMUNICACIÓN SOCIAL



EFEECTO VITAMINA

EN LA ENTREGA NOTICIOSA

(En los medios de comunicación tradicionales)

TEXTO DE APOYO A LA DOCENCIA

Autor:

Carlos Oliva Quezada

2021

**EFFECTO VITAMINA EN LA ENTREGA NOTICIOSA (EN LOS MEDIOS DE
COMUNICACIÓN TRADICIONALES).**

Registro de Propiedad Intelectual N° 2021-A-7048 año 2021

I.S.B.N. 978-956-9280-42-9

**Prohibida la reproducción total o parcial de esta obra
©UNIVERSIDAD DE CONCEPCION**

INDICE

Introducción	5
El mejor oficio del mundo.....	7
Nuestro periodismo hoy	10
“Efecto vitamina”	12
La prudencia, fiel compañera.....	15
El reporterismo	19
¿Qué es noticia?.....	23
Los hechos que serán noticia	25
Orientación de las noticias	31
Hechos – datos – noticia.....	36
Ojo con los rumores.....	40
A favor del bien común	41
El ciclo noticioso	48
Textos claros	50
Noticia de portada.....	59
Una tarea prioritaria	64
Apoyo ético.....	72
Periodista preparado	89
Un aliado infaltable	98
Lealtades del periodista	111
El editor, fundamental.....	130
Un mensaje motivador	142
Bibliografía.....	155
Palabras finales	156

Dedicado a:

Santiago Carlos, el más pequeño de mis nietos y que ya comparte las inquietudes de su hermano Lucas y de sus primos Constanza, Matías, Emilia y Rafael.

A todos los quiero muchísimo.



Diseño de portada: Domingo Baño A.

Fotografías: Nelson Muñoz M. y César Arroyo M.

Corrección de prueba: Steffanie Medina G.

Introducción

Para quedar contento.

Todo receptor de noticias debe sentirse satisfecho cuando lo que lee, escucha o ve, le ofrece un panorama completo de lo ocurrido. El periodista fue el primero en quedar pleno. Su trabajo redondeó la entrega clara, oportuna y procurando la mayor cercanía con la verdad de lo ocurrido, propósitos eternos de la labor reporteril.

Desde siempre el “abc” de la entrega noticiosa ha centrado su preocupación en que haya **muchos datos**, que signifiquen apuntar hacia las respuestas básicas. Luego, los antecedentes complementarios; los testimonios de quienes pudieron ser partícipes directos o indirectos en el hecho central. Está también la relación con hechos similares ocurridos recientemente en el lugar o en sitios próximos.

Aquello no es todo. Hay editores o son los propios reporteros quienes han añadido la voz de expertos en los temas noticiosos. Es el aporte que dan los que más saben sobre esas materias. Son puntos de vista que los receptores (lectores, auditores, televidentes, internautas) agradecen, puesto que son impresiones serias, de personas ajenas a lo ocurrido, pero que dan ideas que son un rico complemento del aspecto puramente noticioso: qué ocurrió, quién lo protagonizó, cómo, dónde, cuándo pasó, por qué ocurrió.

Dejar bien informado es un lema en favor del receptor, al que aspiran muchísimos reporteros, respaldados por sus medios de comunicación, que tienen en el elemento noticioso a su más inmediato objetivo cotidiano.

El procurar añadir ideas, opiniones, reflexiones de los expertos es una fórmula valedera para el periodista, en su siempre sana búsqueda de caminos que conduzcan a su medio y a él mismo a ser valorado y reconocido por el gran público. Esta específica pretensión debe tener el previo respaldo de los editores en cuanto al espacio que se ocupará para dar a conocer la noticia. En todos los medios de comunicación está siempre muy presente la limitación del horario de entrega de las noticias, aunque la fuerza del hecho a divulgar, muchas veces, obliga a los editores a brindar tiempo y espacio al reportero que se dedicó a cubrir esa situación.

Las lealtades que tienen los medios informativos apuntan de manera inequívoca como su primera prioridad hacia las personas comunes, que leen,

escuchan o ven los medios noticiosos. Después vendrán las otras lealtades que representan también, aunque en menor medida, obligaciones de los periodistas. Lo esencial es darle a las audiencias el elemento vital de cada día: un panorama noticioso variado y surtido en datos.

El periodismo actual se vale de muchísimos recursos técnicos para operar del mejor modo hacia aquella invariable lealtad prioritaria. Pero las tecnologías que pueden ser muy útiles en la rapidez de la entrega informativa, no se contraponen con la historia o la tradición. Actuar con premura y celeridad si es necesario, no puede opacar nunca el verdadero sentido básico del periodismo: informar con certeza, es decir, la verdad primero o la mayor cercanía con ella, cuando se produzcan dificultades para conseguir los datos elementales.

En este texto que presentamos, en primer lugar **a nuestros alumnos de periodismo**, lo que se desea enaltecer es la incesante búsqueda de formas que contribuyan a la vigencia que siempre ha pretendido el periodismo informativo. Es en esa medida en que cada uno de los miembros de los equipos periodísticos de cualquier medio, estará ayudando a hacerlo cada vez más creíble, más cercano y más vigilante de todo lo que significa reafirmar la convivencia entre los habitantes de la respectiva comunidad.

En suma, lo que en este texto se pretende ensalzar es poner de manifiesto, de manera fundamental, la siempre necesaria prestancia del aspecto informativo. Allí debe apreciarse de modo contundente: claridad, precisión, concisión. A ello se agrega la utilización de otros elementos a que puede apelar el reportero cuando se trata de presentar un hecho noticioso a la opinión pública. El ingenio y la creatividad son, por ejemplo, atributos que pueden conducirlo a la exitosa búsqueda de aspectos que ayuden a redondear el hecho que se va a relatar. Ojalá esos recursos puedan ser muy habituales en la gestión informativa de todos los medios. A eso llamamos el **“Efecto Vitamina”**.

Esto significa adicionar, a los elementos tradicionales básicos de la entrega noticiosa, aquellos argumentos que puedan enriquecerla y que, ciertamente, los receptores de las noticias lo agradecerán.

En las siguientes páginas daremos detalles y ejemplos que clarifican este positivo aspecto que fortalece al periodismo informativo chileno. Nuestro

énfasis estará puesto en el medio impreso y su equivalente tecnológico llamado genéricamente diario digital.

El mejor oficio del mundo

Ideas muy sabias.

Palabras pronunciadas por el periodista y escritor colombiano Gabriel García Márquez, Premio Nobel de Literatura y presidente de la Fundación Gabriel García Márquez para el Nuevo Periodismo Iberoamericano –FNPI–, ante la 52a. asamblea de la Sociedad Interamericana de Prensa, SIP, en Los Ángeles, U.S.A., 7 de octubre de 1996.

Las palabras del ilustre vate son una singular caracterización de lo que es el periodismo, pero también incluyen una dura crítica a quienes de una u otra manera han desacreditado la profesión. Al recordarlas en este texto, tienen el propósito de estimular una decidida reacción de los jóvenes que se incorporan a nuestra carrera. El periodismo, como casi todo en la vida moderna, ha evolucionado y esto seguirá ocurriendo. Es menester, sin embargo, no desatender los sabios consejos de un hombre que llegó muy lejos en la literatura y que nunca dejó de valorar y reconocer que era periodista. (Se transcribe parte de la intervención aludida).

“A una universidad colombiana se le preguntó cuáles son las pruebas de aptitud y vocación que se hacen a quienes desean estudiar periodismo y la respuesta fue terminante: “Los periodistas no son artistas”. Estas reflexiones, por el contrario, se fundan precisamente en la certidumbre de que el periodismo escrito es un género literario.

Hace unos cincuenta años no estaban de moda las escuelas de periodismo. Se aprendía en las salas de redacción, en los talleres de imprenta, en el cafetín de enfrente, en las parrandas de los viernes. Todo el periódico era una fábrica que formaba e informaba sin equívocos, y generaba opinión dentro de un ambiente de participación que mantenía la moral en su puesto. Pues los periodistas andábamos siempre juntos, hacíamos vida común, y éramos tan fanáticos del oficio que no hablábamos de nada distinto que del oficio mismo. El trabajo llevaba consigo una amistad de grupo que inclusive dejaba poco margen para la vida privada. No existían las juntas de

redacción institucionales, pero a las cinco de la tarde, sin convocatoria oficial, todo el personal de planta hacía una pausa de respiro en las tensiones del día y confluía a tomar el café en cualquier lugar de la redacción. Era una tertulia abierta donde se discutían en caliente los temas de cada sección y se le daban los toques finales a la edición de mañana. Los que no aprendían en aquellas cátedras ambulatorias y apasionadas de veinticuatro horas diarias, o los que se aburrían de tanto hablar de los mismo, era porque querían o creían ser periodistas, pero en realidad no lo eran.

El periódico cabía entonces en tres grandes secciones: noticias, crónicas y reportajes, y notas editoriales. La sección más delicada y de gran prestigio era la editorial. El cargo más desvalido era el de reportero, que tenía al mismo tiempo la connotación de aprendiz y carga ladrillos. El tiempo y el mismo oficio han demostrado que el sistema nervioso del periodismo circula en realidad en sentido contrario. Doy fe: a los diecinueve años –siendo el peor estudiante de derecho– empecé mi carrera como redactor de notas editoriales y fui subiendo poco a poco y con mucho trabajo por las escaleras de las diferentes secciones, hasta el máximo nivel de reportero raso.

La misma práctica del oficio imponía la necesidad de formarse una base cultural, y el mismo ambiente de trabajo se encargaba de fomentarla. La lectura era una adicción laboral. Los autodidactas suelen ser ávidos y rápidos, y los de aquellos tiempos lo fuimos de sobra para seguir abriéndole paso en la vida al mejor oficio del mundo... como nosotros mismos lo llamábamos. Alberto Lleras Camargo, que fue periodista siempre y dos veces presidente de Colombia, no era ni siquiera bachiller.

La creación posterior de las escuelas de periodismo fue una reacción escolástica contra el hecho cumplido de que el oficio carecía de respaldo académico. Ahora ya no son sólo para la prensa escrita sino para todos los medios inventados y por inventar.

Pero en su expansión se llevaron de calle hasta el nombre humilde que tuvo el oficio desde sus orígenes en el siglo XV, y ahora no se llama periodismo sino Ciencias de la Comunicación o Comunicación Social. El resultado, en general, no es alentador. Los muchachos que salen ilusionados de las academias, con la vida por delante, parecen desvinculados de la realidad y de sus problemas vitales, y prima un afán de protagonismo sobre la

vocación y las aptitudes congénitas. Y en especial sobre las dos condiciones más importantes: la creatividad y la práctica.

La mayoría de los graduados llegan con deficiencias flagrantes, tienen graves problemas de gramática y ortografía, y dificultades para una comprensión reflexiva de textos. Algunos se precian de que pueden leer al revés un documento secreto sobre el escritorio de un ministro, de grabar diálogos casuales sin prevenir al interlocutor, o de usar como noticia una conversación convenida de antemano como confidencial. Lo más grave es que estos atentados éticos obedecen a una noción intrépida del oficio, asumida a conciencia y fundada con orgullo en la sacralización de la primicia a cualquier precio y por encima de todo. No los conmueve el fundamento de que la mejor noticia no es siempre la que se da primero sino muchas veces la que se da mejor. Algunos, conscientes de sus deficiencias, se sienten defraudados por la escuela y no les tiembla la voz para culpar a sus maestros de no haberles inculcado las virtudes que ahora les reclaman, y en especial la curiosidad por la vida.

Es cierto que estas críticas valen para la educación general, pervertida por la masificación de escuelas que siguen la línea viciada de lo informativo en vez de lo formativo. Pero en el caso específico del periodismo parece ser, además, que el oficio no logró evolucionar a la misma velocidad que sus instrumentos, y los periodistas se extraviaron en el laberinto de una tecnología disparada sin control hacia el futuro. Es decir, las empresas se han empeñado a fondo en la competencia feroz de la modernización material y han dejado para después la formación de su infantería y los mecanismos de participación que fortalecían el espíritu profesional en el pasado. Las salas de redacción son laboratorios asépticos para navegantes solitarios, donde parece más fácil comunicarse con los fenómenos siderales que con el corazón de los lectores.

La deshumanización es galopante”.

Nuestro periodismo hoy

Una mirada realista.

Aspirar a que el periodismo de un país se sostenga con la mayor independencia, que pueda ejercer con imparcialidad y que la búsqueda de la verdad sea constante motivación de los reporteros, no es una quimera.

Sin embargo, aquellos propósitos se han visto confundidos en este siglo XXI. No se puede eludir la responsabilidad de los medios de comunicación, cuando se asume que las redes sociales constituyen un factor predominante para que la llamada posverdad adquiera un rol determinante en la mirada que debe darse a asuntos duros, difíciles y dramáticos que ocurren en nuestro entorno. (1*).

José Sanclemente, presidente de El diario.es, ha dicho que el periodismo no debería ser aséptico ni neutral. Tiene que contaminarse con las aspiraciones y miserias de los hombres y tomar partido por sus causas. Debería abrir los ojos y los oídos de todos para acabar con la ceguera y sordera interesadas de tantos que se instalan en la comodidad”.

Sanclemente agrega que “el periodismo de hoy ya no tiene que resultar incómodo solo para los gobiernos y los poderosos, ahora también debe conmover, movilizar e inquietar a los ciudadanos”.

Por último, el profesional español señala que “se dice que sin periodismo libre no hay democracia, pero a lo mejor se ha quedado en una frase hecha. Hoy no basta con ese formalismo. Democracias hay muchas, todos los países europeos lo son, quizá no del todo reales porque no cabe que en nombre de ellas se permita que se cometan esos abusos con la humanidad, pero lo peor es que no se ejerce tampoco en todo el mundo civilizado un periodismo real y comprometido”

Hemos sido testigos, en el comienzo de 2019, de la dura confrontación que ha vivido Venezuela, entre fuerzas adherentes al gobierno y una oposición que se encargó, y con frecuencia, de mostrar las maniobras del “tirano Maduro”, en su afán de persistir en el poder.

¹ *Posverdad o mentira emotiva, Wikipedia.*

La mayoría de nuestros medios de comunicación no fueron muy imparciales e independientes. Fueron reflejo de lo acordado por el Grupo de Lima, entidad que arengó en favor de la “ayuda humanitaria” para Venezuela, sin que la ONU o la Cruz Roja internacional se hicieran eco de aquella campaña, muy ardientemente politizada por sus promotores.

Este ejemplo del periodismo de hoy hay que tenerlo en cuenta. No resulta muy difícil a nivel de un país el poner en un primer plano una situación conflictiva, motivada, básicamente, para asegurar planes o proyectos que no tiene una finalidad clara y democrática.

Vivimos días especiales en torno a la configuración del periodismo. José Sanclemente esboza un concepto adecuado en torno al camino que deberían seguir los medios de comunicación y los periodistas:

“El periodismo tiene que utilizarse como herramienta para transformar la sociedad, para agitar las conciencias de los ciudadanos, para protegerles de los desmanes de los poderosos, para defender los derechos de los más débiles e incluso para movilizar a los que miran hacia otro lado ante las injusticias”.

En cuanto al concepto de posverdad, la vicerrectora de Extensión y Comunicaciones de la Universidad de Chile y Premio Nacional de Periodismo 2007, Faride Zerán, en entrevista con El Mostrador, explica que “estamos hablando de noticias falsas, de verdades a medias, de ausencia de fuentes confiables, de rutinas periodísticas que fallan en cuestiones tan elementales como chequear las fuentes. Ocultar viejas prácticas con nombres nuevos no nos salva del bochorno de asumir que la posverdad es la expresión del mal periodismo o de la muerte del periodismo, si no nos ponemos serios”.

Lo que se pretende con “Efecto Vitamina” es, precisamente, sugerir y recomendar a los jóvenes que han elegido el periodismo como su campo de acción laboral, que nada más cercano al mal periodismo es la llamada posverdad. Una fórmula de intereses variados, pero que en definitiva adormece, empequeñece y distorsiona las principales características de lo que siempre se ha considerado el buen periodismo.

El periodismo que nunca deja de tener en cuenta su fidelidad con las audiencias, no puede caer, reiteradamente, en la posverdad.

“Efecto Vitamina”

La “noticia redondita”.

Hemos señalado que siempre habrá mayor consideración de parte de la opinión pública cuando el medio informativo se preocupa por dar a conocer los hechos noticiosos con elementos que los hagan más entendible, relacionados con otras situaciones semejantes y se proyecten sus consecuencias, incluyendo opiniones de protagonistas y de personas independientes, pero conocedoras de la temática.

¿Por qué **“Efecto Vitamina”**?

El ser humano puede vivir sin vitaminas. Seguirá siendo una persona, aunque no le agregue elementos nutricionales a su dieta. Una noticia, algo desconocido hasta hoy; un hecho imprevisto; una situación que irrumpe en nuestra vida cotidiana, será una novedad siempre, con o sin aspectos extras en su narración.

Una persona que se preocupa de su alimentación y le añade cada día elementos que la hagan enfrentar de mejor manera el invierno o superar con mayor rapidez un estado febril, será una persona que prolongará su existencia, en términos generales.

Una noticia será mucho mejor recibida por los auditores, televidentes, lectores o internautas, cuando los encargados de llevar a cabo la preparación noticiosa (reporteros, editores, gráficos, diseñadores, etc.) la distinguen con diversos elementos que ayuden a una mejor comprensión del hecho narrado.

El **“Efecto Vitamina”**, por cierto, no es nuevo. Desde siempre, los medios informativos se han encargado de darle el golpe vitamínico a las noticias. Primero el diario, luego la radio y más recientemente la televisión, han incorporado “vitaminas” que enriquecen las notas informativas. Cada cual en su estilo, fue añadiendo diversos recursos que permitían a sus seguidores sentirse gratificados con los aditivos que significaban una mejor visualización de lo que se estaba informando. Incluso, sacando elementos se hizo un favor a la audiencia. En el caso del diario fue evidente. Así como fueron surgiendo los elementos gráficos (fotografías, infografías, cuadros estadísticos, etc.) fueron disminuyendo las larguísimas columnas de textos. El lector agradecía la simplificación que lo favorecía enormemente.

En la radio, el surgimiento de la grabadora fue fundamental para disminuir los eternos diálogos con personajes que tenían la calidad de fuentes informativas de primer orden y de las cuales no se podía prescindir. El aparato técnico permitió a los reporteros extraer de la grabación aquellos parlamentos que tuvieran mejor definición de lo ocurrido. Esta condición quedó asociada con la capacidad de síntesis a la hora de entregar pormenores de un hecho noticioso determinado. La grabadora le dio mayor independencia a los reporteros y se pudo, por fin, llevar a cabo la labor de edición. La fuente informativa aparecía señalando lo estrictamente necesario. En la actualidad es el teléfono móvil, con grabadora incluida, lo que ayuda en este mismo aspecto.

Quizás, lo que se critica es que no haya una vigencia estricta y cotidiana en este sentido. Hay, con frecuencia, noticias desnutridas, en circunstancias de que pudo haberse lucido el reportero, añadiendo elementos que hubieran reforzado su estructura. ¿Qué le faltó al reportero?

Ya hemos construido un camino central que endilgue a los reporteros a exponer la noticia de “manera redondita”. Varios son los caminos laterales que conducen hacia la pista principal. El criterio del reportero será fundamental a la hora de elegir los elementos que ayudarán a darle fortaleza a las respuestas básicas.

Quedarnos con una presentación noticiosa estrictamente elemental puede tener su origen en el espacio disponible y la hora en que se produjo el suceso. En estas circunstancias, el reportero sospecha que su aporte noticioso, en el caso del diario, irá directamente a la página de cierre, lugar en que tendrá que conformarse con decir qué pasó, quién lo protagonizó, dónde ocurrió, cómo ocurrió. El cuándo está implícito en el lugar donde se publica la noticia.

Tal vez sea en estos casos cuando sí se justifica quedarse con datos para utilizarlos en la nueva jornada. El reportero hizo bien su trabajo, aunque se trataba de un suceso producido empezando la noche. Pese a su bien hilvanada labor, debió resignarse y dar una noticia que, en situación normal, pudo tener mayor envergadura, titulada a tres columnas, complementada con fotografías, a lo menos.

Una breve reseña de los elementos a los que se puede recurrir cuando se trata de exponer un hecho noticioso, que tenga revuelto por las

características que haya alcanzado la situación, por personajes involucrados o por la proyección que pueda tener en el corto plazo:

- Narración básica
- Gran cantidad de datos
- Descripción periodística precisa
- Opiniones de fuentes confiables
- Testimonios de fuentes informales
- Fotografías
- Infografías
- Comparaciones objetivas
- Dibujos
- Cuadros estadísticos (en economía, por ejemplo).

En un plano más general, ha habido periodistas estudiosos de esta temática que han generado una lista de aspectos que tienden a darle más fluidez a la presentación noticiosa⁽²⁾. Según Edmond D. Coblentz, periodista norteamericano, existen factores que permiten determinar la bondad y el éxito de un buen diario.

- Una dirección dedicada
- Una dirección sensata
- Un grupo de editores con experiencia
- Reporteros animados por la imparcialidad
- Un sistema interno donde no florezca la “politiquería”
- Una estructura organizativa sólida y estable
- Un sistema donde destaquen el carácter, la dedicación y la competencia

² Edmond D. Coblentz, 1966.

- Material de noticias y de artículos editoriales que contengan toda la información

La prudencia en el trabajo periodístico

Se transcribe a continuación gran parte de una declaración emitida por el Tribunal de Ética y Disciplina del Consejo Regional Bío Bío del Colegio de Periodistas de Chile. Ocurrió en mayo de 2018. La temática abordada en esa ocasión fue, precisamente, la prudencia.

“Hacemos una pregunta a nuestros colegas que en el día a día enfrentan a las audiencias, buscando darle la mayor satisfacción posible en materia noticiosa. ¿Realizan esa tarea con alguna o bastante prudencia y seriedad?

La interrogante tiene que ver no sólo con el trabajo estrictamente periodístico. Implica responder en calidad de persona que convive con muchas otras y que aspira razonablemente a ser considerada en el grupo de quienes son vistas positivamente.

Cabe, no obstante, dejar señalado que en esa misma sociedad de la que formamos parte, conviven personas buenas y otras no tan buenas. Lo peor es que hay quienes aparentan ser buenas personas, aunque en la práctica no lo son. Lo penoso es que unos cuantos de este grupo son líderes sociales, gremiales, deportivos, vecinales, empresariales, políticos, etc. Cada cual ha logrado reunir grupos de personas que sólo ven en ellas el lado bueno. Les creen, los estiman, los apoyan y, lo peor de todo, los aplauden y los siguen en sus afanes.

No tenemos que irnos lejos para darnos cuenta cabal de lo que sugerimos. Estamos en una época de grandes expectativas. Hace muy poco tuvimos la segunda vuelta presidencial en nuestro país. Hacia donde uno mirara, podía ver fórmulas no tan certeras de propaganda. La técnica se veía confundida con la astucia. Esto es, la “mentirilla” en favor de algún candidato. Faltar a la verdad es grave, siempre, aunque se intente minimizar esta negativa actitud.

Para los periodistas, la prudencia representa una formidable herramienta que simboliza el “mejor hacer”, con el convencimiento de que la

tarea periodística orientada hacia la verdad de los hechos contribuye de manera efectiva a que la sociedad pueda saber y entender lo que ocurre a su alrededor.

La prudencia está relacionada con el conocimiento y el rigor de la verdad que tenga el profesional.

En la sociedad de la información y en el mundo del periodismo puede reinar muchas veces la desinformación, generando confusión y apatía. Ello ocurre cuando quien elabora los mensajes no actúa con prudencia o simplemente calla por su ignorancia.

Estimados colegas:

El tema que hemos querido poner en vigencia, en realidad nunca ha estado al margen de la responsabilidad profesional de los periodistas. Quizás, los afanes de prontitud y rapidez, por ejemplo, en salir con nuestra noticia primero que la competencia, sea un escollo para que la prudencia sea excluida de los mensajes informativos, pero es, en definitiva, una grave excusa.

Hay, ciertamente, muchos aspectos desde donde analizar la ausencia de esta virtud en el diario vivir periodístico. Con todo, debemos ser certeros para reconocer que la prudencia está muy nítida en muchísimos párrafos y notas periodísticos de diversos medios y plataformas y que son ejemplos a seguir.

En síntesis, el periodismo prudente conoce o investiga un tema en profundidad; habla o hace hablar a fuentes serias, válidas, confiables y respetuosas. Ello protege de la mentira, la calumnia, la amenaza y, además, la confiabilidad del periodista y su medio.

Esperamos que surjan reacciones en torno a la temática comentada. Siempre le hará bien al periodismo que sus principales cultores sean los primeros en emitir juicios y opiniones que vayan en favor de una mejor tarea, para que las audiencias tengan elementos de juicio positivos respecto de los medios informativos de su preferencia y a la propia función de los profesionales periodistas”.

Para los periodistas, la prudencia representa una formidable herramienta que simboliza el “mejor hacer”, con el convencimiento de que la tarea periodística orientada hacia la verdad de los hechos contribuye de manera efectiva a que la sociedad pueda saber y entender lo que ocurre a su alrededor.

Un filósofo muy antiguo, Aristóteles, fue autor de muchos mensajes llenos de sabiduría. Uno de ellos tiene que ver con la prudencia. Expresaba: ***“La persona sabia (prudente) no dice todo lo que piensa, pero siempre piensa todo lo que dice”.***

El consejo aristotélico puede ser la justa forma de enfrentar dilemas éticos entre quienes desempeñan la profesión periodística. Y esto tiene que ver con profesionales que equiparan sus responsabilidades periodísticas con tareas de otro orden (políticos-partidarias, por ejemplo). Este aspecto, mirado con la experiencia de María José Lecaros, periodista muy apegada a la conceptualización ética: “dentro del periodismo, aquí y en todas partes, abundan personas que sostienen cínicamente que un comportamiento ético impide hacer “buen periodismo”, lo que para ellas se traduce en “periodismo sin límites”.

Agregamos, muchas veces, sin prudencia.

En este mismo terreno, el filósofo español Fernando Savater, señala que, en general, “la ética sirve para tomar decisiones. Consiste en el hábito adquirido de hacer lo correcto. Hay unas decisiones muy fáciles sobre lo bueno y lo malo que se pueden tomar sin problemas. Por ejemplo, es muy claro que un reportero no debe inventar una entrevista, ni hacer crónicas marcianas sacadas de su magín literario. Igualmente, no debe reportar, por ejemplo, como si fuera un hecho probado, que la Virgen María se apareció en Chile hace poco y que envió un mensaje a los lectores de su medio. Eso es manipular los sentimientos religiosos de la gente. Tampoco debe un periodista intimar “incestuosamente” con sus fuentes hasta el punto de sostener transacciones comerciales que podrían incidir sobre la legitimidad de la información y, de paso, poner en duda sus credenciales como profesional del periodismo”.

“A un profesional se le puede perdonar un error”, sostiene Savater, “pero lo que es imperdonable es la ignorancia, tanto en la técnica como en la ética, que en definitiva es lo mismo”. Añade que, si alguien dice públicamente

que es periodista, tiene que conocer con profundidad las áreas de acción del periodismo. De otra manera, ese periodista no podrá reclamar derechos ni ejercer su libertad con amplitud. “La negligencia en un profesional no es un hecho anecdótico: es una falta grave”.

El tema que hemos querido poner en vigencia, en realidad nunca ha estado al margen de la responsabilidad profesional de los periodistas. Quizás, los afanes de prontitud y rapidez, por ejemplo, en salir con nuestra noticia primero que la competencia, sea una justificación para que la prudencia sea excluida de los deseos por conquistar valiosos datos en pos de excelentes mensajes informativos.

Hay, ciertamente, muchos aspectos desde donde analizar la ausencia de esta virtud en el diario vivir periodístico. Con todo, debemos ser certeros para reconocer que la prudencia está muy nítida en muchísimos párrafos periodísticos de diversos medios y plataformas y que son ejemplos a seguir. En este caso, el tratamiento noticioso que se da a situaciones en que participan niños o adolescentes, debe estar consignado en un lenguaje muy atinente a los protagonistas. Ahí es donde aparece la prudencia.

Hay muchos colegas que creen que el título de periodistas les da derecho a ser muy intrépidos, irreverentes e intolerantes. En este sentido hay que señalar y hacerlo con énfasis, que el reportear con prudencia, casi siempre se traduce en lograr el objetivo. Y es que cuando el reporteo se hace sobre la base de la prudencia, la sensación gratísima que queda en las fuentes informativas es impagable.

La prudencia siempre abre puertas.



El reportero

Evocación indispensable.

Hablar de reportero es ir a los fundamentos del periodismo informativo.

El reportero, como queremos describirlo, equivale a dar un paso grande en el afán noticioso.

¿Reportero?

“Comunicador, cuya principal actividad es recolectar y presentar datos, sobre un determinado hecho...”

Lo que aquí pretendemos abordar no es ni más ni menos que la ecuación periodística que da cuenta de unos factores imprescindibles en la acción reportera.

Veamos de qué se trata.

La ecuación del buen reportero tiene cuatro elementos básicos. ⁽³⁾.

Ecuación Reportera = Formación + Honestidad + Criterio + Rapidez mental

La formación:

Representa el cúmulo de conocimientos que el profesional ha adquirido en la educación formal como informal. Es un proceso de toda la vida. Se trata de un enriquecimiento cotidiano. Vale para todas las profesiones, aunque, por cierto, quienes estamos en esta vereda, suponemos que es donde más se requiere estimular la formación. Ponerse al día de los hechos que pasan es apenas una mínima parte de ese proceso. Se requiere también “atar cabos”, de manera de tener capacidad para interpretar los hechos, para contextualizarlos.

Cuando nos situamos frente a los dos modelos que hemos puesto como factores desequilibrantes a favor de los diarios, entonces un periodista requiere dotarse de la mayor cantidad de antecedentes sobre la materia que

³ *Cartilla de Estilo, Diario El Sur de Concepción, 1980.*

va a tratar su reportaje o de conocer con ciertos detalles al personaje que va a entrevistar.

La especialización es un rumbo que todos los profesionales recomiendan tomar. Aunque, claro, en el periodismo chileno no todos los medios informativos se pueden dar el lujo de favorecer a sus reporteros con cursos, seminarios, diplomados y mucho menos con un magíster o un doctorado. Para ser más enfáticos aún, la economía de mercado también se posó sobre los reporteros. Así, no resulta extraño saber que en ciertos medios los reporteros deben trabajar simultáneamente para el diario, la radio o internet. ¿Serán capaces, en tal caso, de alimentar sostenidamente su formación? Claramente, no.

Cuando esto ocurre, la superficialidad de los reporteros se advierte; su formación se debilita, en suma, el reporterismo flaquea.

La honestidad:

Es un valor humano fundamental para que exista una convivencia armónica y fraterna entre las personas que forman una determinada comunidad. Qué duda cabe, entonces, de la trascendencia que adquiere la honestidad en el trabajo profesional de los reporteros.

Quizás la demostración más cotidiana de exteriorizar este valor, la tengan los reporteros al ejercer la imparcialidad periodística. Esto se revela en el no fácil ejercicio de “dar a cada cual lo que le corresponde”.

El reportero está encima de la noticia; ha recabado datos; ha conversado con testigos; tiene varias versiones de lo ocurrido. En tal caso, ha podido formarse una idea global de lo que pasó y al hacer el relato periodístico utilizará los dichos de sus fuentes en la proporción en que él estima es la más adecuada, es decir, procederá con la imparcialidad que le permite el haber realizado un reporte eficaz y exhaustivo. Su honestidad quedará a salvo de toda duda.

Periodistas a los que se les antoja hacerse de fama, antes que de prestigio, pueden desechar la imparcialidad como elemento vital de su accionar reporteril. Se puede ganar fama con rapidez, pero con la misma celeridad se les puede ir al tacho de la basura. El prestigio no se logra de la noche a la mañana. Mas, cuando se conquista, es casi para siempre.

El criterio:

Muchos jóvenes usan en su lenguaje cotidiano una expresión coloquial que es muy certera: ¡Atina!

Atinar es una facultad que no todas las personas pueden ejercer con naturalidad. Cuando se es criterioso, generalmente, se atina; se usa el camino correcto, hay buen juicio; prevalece la ponderación, la sensatez.

Un reportero debe tratar de escudarse en el criterio. A cada rato, todos los días, se ve enfrentado a situaciones complicadas, en donde debe prevalecer el criterio. Un periodista equilibrado en su proceder contribuye de manera categórica al respeto que despierta entre sus fuentes informativas, entre sus supervisores y, también, entre sus pares.

La verborrea o el exceso de moderación al hablar son, curiosamente, factores que juegan en contra del reportero que se identifica con alguna de esas formas de comunicación.

Hay surtidos ejemplos de periodistas a los que les gusta escucharse. Ellos olvidan que son las personas, los protagonistas de los hechos, los testigos los que deben hablar. También están aquellos reporteros que se dejan apabullar por gente que astuta e intencionadamente, muchas veces, procuran convencerlo, incluso con dudosos argumentos.

Los extremos, en este caso, son rivales del criterio.

Rapidez mental:

Hoy todo es vertiginoso. El ambiente noticioso no puede ser excepción. “El que pestañea, pierde”. Viejo refrán que ha cobrado plena vigencia cuando de competir en la entrega noticiosa se trata. Poseer esta cualidad significa tener capacidad para evaluar o priorizar situaciones.

El reportero más ganador es, generalmente, el que tiene una red impresionante de contactos; el que ha sabido formar una cadena de “dateros”; el que ha logrado conformar un batallón de informantes. Pero eso solo no basta. Muchos informantes, sin la capacidad de diferenciar lo que es o no noticia, se confunden. Lo peor es que confunde a los reporteros, si acaso no poseen esa rapidez mental para escrutar adecuadamente los datos recibidos.

No pocas veces ha sucedido que el reportero recibe un rumor. La agilidad o la pereza mental pueden jugar a favor en contra de una gran noticia. El profesional que es capaz de hacer una relación de ese rumor con alguna situación, saldrá en busca de la confirmación; llamará a una fuente muy confiable; visitará a una autoridad que le da plena fe, o chequeará los antecedentes con colegas que se manejan en el tema. Lo concreto es que un periodista con rapidez mental no deja que los asuntos pasen frente a él sin hacer algo por confirmar o desmentir la especie. Sólo queda tranquilo cuando el resultado de su pesquisa le dice que debe seguir adelante o que debe archivar el rumor aportado por su amigo.

En la rapidez mental juega un papel preponderante la capacidad de observación que puede llegar a tener un reportero. Lo uno incide en lo otro. El que flaquea en la observación, ciertamente se verá lento en su reacción mental.

Esta Ecuación del Reportero no es sino la revelación más clara y categórica de que el periodista profesional no sólo se hace en la academia. Hay muchísimo de su aprendizaje que está ligado con su querer hacer, con sus gustos o preferencias profesionales. Nada mejor, dice la experiencia, que uno pueda trabajar en lo que más le agrada.

Razonablemente muchos viejos periodistas coinciden en creer que:

El reportero nace (vocación), y

El reportero se hace (formación)

¿Qué es noticia?

Es lo medular del trabajo periodístico.

La noticia es el elemento fundamental en el periodismo informativo.

Es natural, entonces, que empecemos por definir lo que significa.

Noticia viene del latín nova, cuyo significado es cosa nueva.

Existen muchísimas definiciones.

Michael Charnley, afamado periodista y profesor estadounidense, señala que noticia es “la información corriente de los sucesos del día puesta al alcance del público”.

Lyle Spencer, también norteamericano, definía las noticias como un hecho que interesa a un amplio número de personas”. Y luego decía: “Entre dos noticias, la mejor es la que interesa a un mayor número de personas”.

Otras definiciones:

“Es el relato de un hecho, recientemente ocurrido y que interesa a los lectores”.

“Es el relato de un hecho que dan a conocer los medios, con la esperanza de que al hacerlo obtendrá provecho”. (Por ejemplo, publicidad).

“Es todo cuanto quieren conocer las personas acerca de un determinado suceso”.

“Es cualquier cosa de la que hablará la gente. Cuanto mayor sea el comentario que se haga de ella, mayor será su valor”.

Alguien también propuso una definición que atañe a los lectores:

“Es algo que usted no sabía ayer”.

Alguien también propuso una definición que atañe a los periodistas:

“Es lo que los periodistas quieren que sea noticia”.

Es preciso señalar que **las noticias**:

- Representan la realidad.

- Reconstruyen los sucesos en forma de discurso

En definitiva y más allá de las definiciones, existe un necesario proceso de selección, ya que no todas las noticias son reflejo de hechos relevantes. Hay situaciones que representan un gran efecto para ciertas personas, lo que no necesariamente puede transformarlas en noticias de interés para mucha gente.

A una dueña de casa se le extravió su gatito regalón y eso puede equivaler a un duro golpe emocional. A menos que esa dama pague por un aviso dando cuenta de la pérdida, es poco probable que los medios de comunicación registren lo sucedido.

Es distinto cuando a una familia se la ve angustiada, porque el menor de los hijos, un niño de cuatro años, salió de casa hace doce horas, al ver la puerta principal abierta. El hecho será noticia para la radio, la TV y los diarios, en el mismo orden cronológico.

El periodismo significa para muchos profesionales adscritos a esta actividad un camino para ejercer la responsabilidad social. Esto significa, con acuerdo editor-reportero-línea editorial del medio, por ejemplo, fijar la mirada en sectores de la comunidad donde está ubicado el medio de comunicación, para llevar a cabo campañas que fortalezcan el trabajo de las autoridades locales en procura de metas que vayan en directo beneficio de las personas.

En este aspecto, el plano noticioso está cotidianamente marcado por situaciones que representan peticiones de ciertos conglomerados de la comunidad o de acciones de ciertos líderes que procuran darles las respectivas respuestas, caso de los concejales, alcaldes, parlamentarios.

Bien vale establecer que el periodismo no sólo informa⁽⁴⁾, también tiene otras finalidades. Es menester proporcionar a las audiencias una guía sobre los sucesos que están ocurriendo en el mundo también, como parte de la formación del lector, auditor o televidente.

⁴ Guillermina Baena Paz, *Editorial Paz, México, 1990.*

De aquí se derivan los cuatro objetivos primordiales del periodismo, que en algunos medios de comunicación llaman la “filosofía del medio”

- Informar
- Orientar
- Educar
- Entretener.

Los hechos que serán noticia

La génesis noticiosa.

En la vida en comunidad ocurren cotidianamente muchísimos sucesos, algunos de los cuales se transformarán en noticia. La caracterización noticiosa está avalada por una serie de factores que el reportero debe tener en cuenta para la decisión o para responderse con rapidez a la pregunta ¿Este hecho es noticia?

Características de los hechos:

- *Real*
- *De interés general*
- *Protagonismo*
- *Proximidad geográfica*
- *Raro o insólito*
- *Actual*
- *Intempestivo*

Veamos, aunque sea brevemente, cada uno de los factores señalados:

- *Real*

Se trata de un atributo fundamental de los hechos que serán noticia. Lo que no es real, en general, no sirve para el periodismo informativo.

Suele ocurrir que una mentira esté involucrada en ciertas situaciones noticiosas, pero será un elemento adicional dentro del contexto del hecho que origina la noticia.

Excepcionalmente una noticia podría surgir a partir un hecho falso.

¿Podría un reportero informar que ha muerto el concejal Jota Jota, si en realidad está vivo? Sí, podría informarlo. Pero sería por un lamentable error de información; o por causar daño a ciertas personas, como a la familia del concejal. Eso sería un delito.

Los hechos que transmiten los medios informativos, en altísimo porcentaje, son verdaderos hasta que haya elementos que prueben lo contrario.

- *De interés general*

Lo interesante no tiene una escala valórica muy precisa. Hay rangos que se han establecido de modo práctico. De un tiempo a esta parte se ha puesto de relieve el concepto “interesante”.

El exceso de farándula ha contribuido en buena manera a que la gente asuma como “interesante” cuestiones que en otros tiempos no lo eran.

Es necesario que los periodistas nunca dejen de hacer la diferencia entre lo que es **interesante y lo que es trascendente**.

Podemos entender que a la gente le guste saber qué está pasando con las figuras del mundo del espectáculo o del deporte. Sin embargo, la misma gente también debe entender que hay hechos que no les ayudan en nada a mejorar su condición intelectual. Tampoco a tener opinión sobre situaciones o tomar decisión a la hora de elegir autoridades.

Tampoco podemos desconocer que los medios informativos, sobre todo la televisión, busca cómo generar espacios atractivos. Y le pone brillo a situaciones que otrora no la habrían tenido. En una economía de mercado como la nuestra y en que la publicidad juega un papel importante en el desempeño de muchos medios de comunicación, mucho de lo que es sólo interesante adquiere un grado superlativo.

En esta característica, la experiencia juega a favor de los reporteros. Paulatinamente se va agudizando el sentido de lo noticioso y se descubre rápidamente si un hecho puede generar expectativas entre el público.

Situaciones humanas, que causan pena, alegría, desconcierto o asombro son, generalmente hechos noticiables. Para algunos medios informativos, la nota de profundo contenido humano se gana rápidamente la adhesión de los lectores, auditores o televidentes.

Se trata, entonces, de hechos que conmueven, tocan las fibras íntimas de los receptores.

*Una persona atropellada no es lo mismo si la desgracia le ocurre a un ciego.

*Un niño que cae desde un segundo piso no es igual a la caída de un adulto.

Los factores de grandes contrastes son elementos que favorecen el interés humano.

* La muerte

* La lucha por sobrevivir

* El gran esfuerzo por salvar a alguien que se está ahogando; el niño que sobrevivió a una explosión, son todos ejemplos sensibles, que interesan a las personas.

Hay situaciones límites que por ser repetitivas causan desgano o indiferencia entre ciertos periodistas.

¡Otro atropello!

¡Nuevo portonazo en Las Condes!

¡Quinto asalto a supermercado!

Lo que importa es que los periodistas ***no pierdan nunca la capacidad de asombro. Deben involucrarse con su tarea y buscar elementos distintivos para hacer novedoso un hecho reiterativo.***

Es como el pilar básico para poder reportear “con ganas” ciertos hechos y de ese modo interesar a los receptores. Si se conserva esta capacidad, el periodista buscará distintos enfoques, que le permitirán llegar a las audiencias con elementos nuevos, aunque se trate de hechos repetitivos.

- *Protagonismo*

De la o las personas que participen en los hechos que pueden ser noticia, dependerá la mayor o menor incidencia que la difusión de esos hechos pueden tener en la opinión pública.

El grado de protagonismo tiene que ver con la posición o actividad que realicen las personas que de pronto se ven involucradas en hechos noticiosos.

Así, un ministro, un cantante de moda, un deportista de alto rendimiento, son figuras trascendentes y que le agregarán un valor especial al hecho que han protagonizado.

En la actualidad, y sobre todo en el mundo de la farándula, suele darse con frecuencia aquello de “agarrarse” de los famosos y lograr destacar con “ropa ajena”. Un famoso involucrado en un escandalillo, da lugar, casi siempre, a una noticia.

El protagonismo puede surgir de manera espontánea, en cualquier lugar y a la hora menos pensada.

Un trabajador encara al Presidente de la República cuando la autoridad visita un centro laboral en nuestra capital regional, y los periodistas desearán saber quién es, cómo se llama, dónde trabaja, en fin, lo identificarán ampliamente. Esa persona habrá ganado protagonismo.

- *Proximidad geográfica*

Esta característica está en relación directamente proporcional con el interés noticioso. Esto significa que mientras más cerca nuestro ocurre el hecho, mayor significación noticiosa tendrá. **(Lo que sucede más lejos tiende a perder trascendencia).**

En cuestión de horas se registran dos sucesos.

Un tren descarriló en Hualqui; hubo tres personas heridas graves.

En Bombay, India, chocan dos trenes, con 25 muertos y 128 heridos.

¿Cuál suceso abordarán los medios locales con mayor profusión?

Ciertamente el que ocurrió en Hualqui. Hasta esa comuna llegarán los periodistas, los reporteros gráficos, los camarógrafos y se darán en los medios locales abundantes detalles del siniestro. Será noticia de primera página en los medios impresos y un titular principal en los medios audiovisuales.

Hay hechos que se producen en tierras lejanas, pero igual pueden tener amplia cobertura en los medios locales. Y es que hay ciertas vinculaciones que obligan a tal efecto.

Ejemplos: un diputado chileno se ve involucrado en un incendio en un hotel de Londres.

Otro chileno es víctima en un accidente aéreo en España.

En la cobertura que los medios locales o nacionales otorgan a un hecho determinado, puede medirse también este factor de la proximidad geográfica.

Si ocurre un accidente en el Metro de Santiago, los medios capitalinos lo cubrirán ampliamente; pero no así los medios regionales. A menos que haya protagonistas de la zona penquista en el suceso.

▪ *Actual*

Los hechos que toman más fuerza como noticia son aquellos de más reciente ocurrencia. La opinión pública no se conforma fácilmente con la narración de situaciones “planas”, que no tengan gran novedad si acaso ocurrieron con bastante antelación.

Esta característica tiene cierto grado de relativismo. Cuando los medios informativos no tienen acceso a los datos, que les permitan traducir un hecho en noticia, lo actual queda de lado.

Con todo, un signo claro de que lo más actual si interesa, está dado por las páginas de cierre que tienen casi todos los diarios. Es la cobertura que se le da a lo más reciente; a aquello que se produce cerca del cierre del periódico.

En este aspecto los medios audiovisuales juegan un papel determinante. Lo que está pasando ahora es para ellos lo **Actual**.

Las grandes cadenas radiales o los canales de TV, destinan grandes recursos a los enviados especiales cuando se registra un suceso no agendado.

- *Raro o insólito*

Un hecho con ribetes especiales, que se sale de lo normal, adquiere de inmediato una connotación noticiosa.

Un carabinero detiene a un automovilista para revisar su licencia y los papeles del vehículo. Puede ser un hecho rutinario, que ocurre unas cuantas veces al día. Pero deja de ser normal si ese mismo conductor, tras ser requerido por la autoridad, se baja del auto y le pega al policía. Pasa a ser algo raro o insólito.

En nuestra convivencia diaria se producen muchísimas situaciones raras o insólitas, que no siempre llegan al conocimiento de los medios informativos.

Como una manera de aminorar este aspecto, los medios les dieron espacio a los **ciudadanos-periodistas**. Estas personas, muchas veces provistas de su teléfono celular, han captado imágenes y sucesos curiosos, raros o insólitos, que traspasan a los medios informativos. La gente se motiva y persiste en enviar videos o imágenes de aquellos hechos que estiman “noticiosos”. A los hechos insólitos no se les exige la condición de ser actuales. No es importante. Su naturaleza de raros sobrepasa a la otra característica.

- *Intempestivo*

Esta cualidad equivale a las situaciones imprevistas y, por cierto, imposible de ser consideradas en pauta noticiosa alguna.

Lo intempestivo se contrapone con lo tempestivo, característica que rodea a muchos hechos noticiosos que los periodistas estiman para la jornada. Sin embargo, dentro de lo tempestivo pueden surgir ribetes no previstos y se da lugar a un hecho intempestivo. Por esta razón es que los reporteros, cuando están bien “dateados” pueden ser testigos de situaciones sorprendentemente noticiosas.

Reunión del intendente regional con un grupo de dirigentes sindicales... había una cita debidamente convenida y con una agenda acordada... de pronto uno de los dirigentes sale de la sala de reuniones, se sube al techo del

edificio de la Intendencia y amenaza con lanzarse al vacío si no se accede a sus peticiones.

Lo tempestivo tiene que ver, muchas veces, con las efemérides; los aniversarios; con actos tradicionales que, generalmente, tienen los mismos contornos y ribetes. Hay allí poco de novedoso. Pero lo intempestivo puede surgir en cualquier momento y ahí es donde debe estar atento el reportero para darle un nuevo enfoque a un hecho que parecía trivial.

En definitiva, estas características son las que tornan noticiable a ciertos hechos de la vida en sociedad.

Por cierto, no se dan simultáneamente todas a la vez. Casi siempre se unen dos o tres y eso le da mucha fuerza al hecho para ser noticia. Una es la que, casi siempre, predomina. Y ahí es donde debe definir el reportero por cuál se inclina para iniciar la redacción del hecho a informar.

Orientación de las noticias

Causar impacto en las audiencias.

Existen diversas formas de exponer las noticias ante el ojo de las audiencias. Dependerá de los datos reunidos y del tino del reportero, para poder encasillar del mejor modo el hecho que va a relatar.

ay varias opciones que ayudan al reportero a encasillar el hecho noticioso, teniendo en cuenta el medio en que se está dando a conocer la situación, el tipo de audiencia y la cantidad de pormenores que ha logrado reunir el reportero, entre otras.

1) Conflicto:

En este caso se ven los hechos teniendo como gancho el elemento central que da lugar a la ruptura, al antagonismo, al choque.

La presentación de la noticia está apoyada en dos o más versiones sobre la misma situación.

Ningún reportero debe prescindir de este concepto. Y no es que tenga que transformarse en un “camorrero”.

Se trata de acentuar su preocupación en aquello que rompe esquemas, en los aspectos que se salen de lo normal, en aquellas facetas que causan algún grado de desorden.

Poco interés causará en las audiencias una nota periodística que comience de esta manera:

“Los albergues instalados por la autoridad edilicia en el Gimnasio Municipal han funcionado con cierta normalidad hasta este momento”.

Los asuntos que son normales, pocas veces son motivo de noticia. Sin embargo, no resulta extraño que, en algún informativo radial o televisivo, de pronto, surja la voz de un reportero señalando, como hecho de última hora, que “la situación es normal en estos momentos, hay tranquilidad en las afueras del establecimiento educacional, utilizado como albergue”.

Distinto sería si el reportero presenta el hecho noticioso con el siguiente enfoque:

“Damnificados se lamentaron de ser víctimas de gente sin tino. Les están regalando desechos, ropas inservibles y sucias. Esa ayuda es basura”, han dicho.

Se ha dado lugar a un conflicto: Damnificados vs. “seudos ciudadanos solidarios”

2) Expectación:

Hay ciertos acontecimientos que se desarrollan en el transcurso de varios días y generan, por lo tanto, un interés en la gente, hasta que...hasta que se conoce el desenlace.

Algunos ejemplos:

**Paralización de funcionarios de un hospital.*

**Huelga de hambre de ex presos políticos.*

**Denuncia en Tribunales en contra de un personero político por acoso sexual*

3) *Rareza:*

Corresponde a aquello que no es de habitual ocurrencia. Es lo que se aparta de la rutina. Eso que se aleja de lo esperado, es lo que constituye un hecho raro. Es, por tanto, otra forma de orientar la noticia.

Ejemplo:

*“Retó a garabato limpio a su jefe, por no darle permiso para salir una hora antes de su trabajo”.

*“Niño de 12 años sorprendido por Carabineros manejando el auto de su papá”.

4) *Prominencia:*

Equivale al protagonismo, en las características de los hechos que serán noticia.

Se refiere al personaje central de la historia. Si se trata de alguien que tiene figuración en el cuadro social de la comunidad, ese elemento puede ser el que oriente el párrafo noticioso.

Muchísimas noticias de la corrupción que ha tenido este país en los últimos años, se encabzaron con el nombre de quien surgía como parte de esa «gran trama».

5) *Drama:*

Con este factor lo que se privilegia es el dolor humano.

Los medios informativos transmiten una situación de esta especie, buscando sensibilizar a los miembros de la comunidad.

El drama siempre será motivo de interés en las audiencias.

No significa, sin embargo, que todo relato noticioso haya que marcarlo con esta tendencia.

Generalmente las historias que deben contarse por el lado del drama contienen en sí mismas un grado de emotividad natural.

Ejemplo:

Menor de 6 años falleció atropellado frente a su casa. (Muchos hechos policiales van por este terreno).

6) *Hazaña:*

Es lo que el hombre hace más allá de lo normal.

¡Chile bicampeón de la Copa América!

Según el lugar donde ocurra se considera superlativo y con ribetes de notable éxito lo que el hombre ha conquistado en lo personal o profesional.

7) *Humor:*

Una buena forma de distender la convivencia social es que los medios salgan de su formalidad y dejen de ser tan serios.

(Hay medios, como La Cuarta, que lo hace todo en sentido humorístico, respondiendo a un estilo de siempre).

El uso de títulos, textos o imágenes, con marcado acento humorístico, puede ser una alternativa para los medios más formales. En este caso lo que cabe es Humor con delicadeza.

Hay medios informativos que no pierden la oportunidad para utilizar pinceladas de buen Humor y en este aspecto la participación de los reporteros resulta fundamental. Se trata de ser muy certero y oportuno en la humorada.

8) *Progreso:*

Los adelantos que muestra el mundo actual, ya sea en ciencia o tecnología, constituyen un elemento importante a tener en cuenta cuando se trata de orientar las noticias.

En el plano local o regional, el progreso se puede registrar en algún proyecto de tren subterráneo para el Gran Concepción, pensado a diez o quince años plazo.

Al usar el Progreso como gancho noticioso, puede ser con obras que comienzan, que se realizan o se terminan.

Pero también puede usarse este concepto como una necesidad de una obra pública, pedida por la comunidad. *Ejemplos:*

**Nuevo consultorio amplía cobertura en salud en un barrio penquista.*

**Una nueva línea de taxibuses favorece a tres poblaciones.*

**Valoran pavimentación de cinco cuadras en una calle de Tomé.*

Resumen:

Definir qué aspecto enfatizar en la orientación, al elaborar un párrafo noticioso, no resultará difícil para un reportero. Sobre todo, si tiene un olfato bien desarrollado. Y eso es algo que los periodistas, especialmente los jóvenes, deben agudizar desde que inician su trayectoria profesional.

Es recomendable que nunca se escriba una historia de manera anodina, sin chispa, sin compromiso, ya que de ser así los destinatarios del mensaje no quedarán satisfechos. ***¡Es preciso involucrarse!***



Hechos – datos – noticias

Aquí va el despliegue profesional.

Entre un hecho ocurrido y el despliegue noticioso, están los datos recabados por los periodistas para armar el texto informativo.

Se trata, entonces, de un elemento imprescindible para la configuración del texto noticioso. Aquí se empieza a configurar el ***Efecto Vitamina***.

El lograr más o menos datos de cierto hecho recientemente ocurrido, implicará tener la facultad (o la debilidad) a la hora de estructurar el párrafo noticioso. Por eso es que la pretensión de todo buen reportero, es armarse de “**mil datos**” cada vez que enfrenta a las fuentes informativas. En este aspecto, y aunque pueda parecer una reiteración, el reportero debe armarse de una muy variada red de “amigos-dateros”, que le puedan suministrar los antecedentes básicos de ciertos hechos que pueden ser noticia. Los “dateros” están en todas partes, en la administración pública o en las empresas privadas. El tacto y la prudencia serán dos grandes virtudes para que el reportero se gane su confianza.

En términos generales, es necesario no agotar tan fácilmente la pesquisa sobre determinados sucesos. Siempre está la posibilidad de obtener nuevos datos que permitan alargar el ciclo noticioso.

Las preguntas claves:

Cada vez que el reportero sale en busca de respuestas, tras la ocurrencia de un hecho noticioso, hay preguntas básicas que ayudarán a su mejor dominio de la situación.

1) ¿Qué ha sucedido?

Es la primera pregunta que debe tener clara y categórica respuesta.

Con los datos logrados se puede configurar un panorama muy aproximado a lo sucedido.

2) *¿Quién lo protagonizó? (¿quién es esa persona?)*

Con esta pregunta se entra en la personificación de lo ocurrido. La noticia cobrará mayor relieve dependiendo de la mayor o menor figuración del protagonista.

3) *¿Dónde ocurrió el hecho?*

Esta pregunta adquiere importancia en tanto se pueda tratar de un lugar especial. Un ataque sexual en una iglesia tiene mayor connotación que si se produce en la casa de la víctima.

4) *¿Cómo sucedió el hecho?*

Aquí se pretende detallar la forma en que se desencadenó la situación que al final se transformó en noticia. Muchas veces es ésta la primera respuesta de la crónica, pues el reportero escudriñó variados antecedentes de la forma en que se produjo el hecho y estimó que debía partir por estos datos.

Ejemplo:

“La macabra agresión tuvo lugar en la calle, a la vista de mucha gente y el victimario ocupó un serrucho y un martillo para provocar las graves lesiones a su víctima”.

5) *¿Cuándo sucedió? (¿A qué hora ocurrió?)*

Hay situaciones, sobre todo en el ámbito policial, en que la hora en que sucedió el hecho, cobra enorme importancia, sobre todo para la acción policial que sigue a la ocurrencia de un delito.

Si bien en el caso de los diarios todos los hechos debieran haber sucedido “ayer”, dijimos que hay situaciones ocurridas con mayor tiempo e igualmente siguen siendo noticiosas, porque nada se sabía de ellas.

Información completa

Aspiración cotidiana de todo reportero.

Desde siempre el periodismo informativo ha tenido como orientación fundamental el proporcionar a los receptores la “noticia redonda”, lo que significa, en términos simples y prácticos, abordar el hecho noticioso en forma íntegra. Es en este aspecto donde más se puede notar lo que llamamos el “**Efecto Vitamina**”, de la entrega noticiosa. Es esta instancia donde el periodista puede marcar el territorio con sus características profesionales. Quedará el grato registro de una labor hecha con mucho compromiso. Los detalles que se han podido recoger, están a la vista y las audiencias quedan más que satisfechas. La grata sensación de las audiencias se refleja en comentarios muy positivos: ¿Vistes cómo el diario informó de la renuncia del seremi?

Gran papel debe cumplir, tras ese propósito, el reportero. Con la agilidad de un lince debe estar preparado para saber dónde está sonando la campana, que lo alerta sobre un hecho con claras características noticiosas. Llegar al sitio del suceso no debe significarle un trámite demasiado engorroso Y si así fuera, buscará los medios que le faciliten el traslado hasta el lugar de ocurrencia del suceso.

El ejemplo hipotético que damos está situado en el entorno del medio de comunicación. Esto significa que el reportero pertenece a lo que habitualmente se llama la Crónica Local, que tiene su equivalencia en el Deporte, en la Cultura y Espectáculos, en Policía y Tribunales, por citar a las áreas laborales más características de un medio informativo.

Acudir al sitio del suceso implica, casi siempre, hacerlo provisto de un elemento grabador –hoy el teléfono celular es gran ayuda- para los periodistas radiales; acompañado de un reportero gráfico, en el caso de la prensa escrita, o de un camarógrafo, para los representantes de la TV.



1. (Google)

En el lugar del hecho es donde el reportero debe dar la mejor demostración de su vocación. La curiosidad lo motiva a preguntar, preguntar, preguntar. No todas las respuestas serán consideradas, por cierto. Pero es mejor tener la mayor cantidad posible de testimonios. Después se verá cuán valiosos fueron. Lo mismo ocurre con las imágenes y las fotografías. En ambos aspectos, los profesionales a cargo del material gráfico, deben urdir las más incómodas posiciones para captar las mejores escenas y que sean un valioso complemento del texto que elaborará el periodista.

Muchas veces a los camarógrafos y reporteros gráficos se los reprocha por ser demasiado incisivos y hasta indolentes, sobre todo cuando el asunto a reportear es tremendamente sensible. Un accidente de tránsito con víctimas fatales es, tal vez, un buen ejemplo. Si los reporteros ya advirtieron la presencia de familiares de quienes están en la nómina de los fallecidos, es pertinente la prudencia y respeto por el duelo de esas personas. La información igual se publicará, pero no tendría que ser, necesariamente, a costa del llanto desconsolado de quienes lamentan la pérdida de un ser querido.

Las excepciones

Hay medios informativos que están más allá de las recomendaciones éticas mencionadas anteriormente. Por ejemplo, aunque no necesariamente negativo, un diario que está sólidamente empeñado en fortalecer su encuadre editorial en favor de la prevención de accidentes de tránsito, siempre apoyará a sus representantes, cuando se trata de buscar todos los ángulos noticiosos que contribuyan a su propósito fundamental: crear en la ciudadanía un sentido más preventivo y estimular el respeto hacia las normas que rigen el tránsito urbano o interurbano.

De la publicación de los elementos básicos de un hecho penoso ocurrido en alguna calle de nuestra ciudad, seguirá la difusión de las causas basales que dieron origen al accidente y con la opinión de los técnicos y especialistas, se verá de qué manera se pudo haber evitado aquel siniestro. Así se hace más completa la entrega noticiosa, especialmente cuando los

medios informativos añaden una preocupación por mejorar la convivencia entre las personas.

Por otro lado, aunque no en favor del encuadre, sino de sus propósitos comerciales (mayor tiraje, aumento de publicidad) están los tabloides que se adhieren al periodismo más audaz, pero que limita con el del tipo sensacionalista. En sus páginas abundan las informaciones y fotografías que exceden de las normas mínimas de respeto por el propio lector, partiendo por hacer caso omiso del dolor humano de quienes han visto morir de manera dramática a algún pariente.

Esta última excepción no abunda en nuestro país. Y aunque no tenemos que ir demasiado lejos, podemos señalar ejemplos rotundos de desprecio por el respeto a la dignidad humana, transformados en noticias periodísticas.

Ojo con los rumores

Hay que estar atentos.

Una noticia que nace de un rumor no es propia de un profesional que debe tener como propósito básico difundir verdades y que hayan sido comprobadas.

Las redes sociales son actualmente un nicho desde donde se estimulan los rumores, con las más diversas motivaciones. No parece razonable que los reporteros se hagan eco de muchas pseudo noticias, que allí se publican.

María José Lecaros, periodista y docente de la Escuela de Periodismo de la Universidad Católica sostiene que “los rumores estrictamente hablando son verdad o mentira; y por lo tanto lo primero es verificarlo. El rumor es lo que se dice, lo que la gente comenta, pero que no tiene fundamento alguno. Ser imparciales no es difundir algo a medio camino entre la realidad y la calumnia, sino esforzarse en reflejar la verdad objetiva. El criterio que debe definir la publicación de un rumor –además de su verificación- es el contenido mismo. Se informa de lo que es relevante y de lo que es verdadero. Y el rumor debe pasar, previa a su publicación, estas dos vallas”.

No son extrañas las expresiones “me contaron que...”, “dicen que...; “andan diciendo que”, que preceden al relato de historias que, muchas veces, tienen la clara finalidad de provocar daño en la imagen de algunas personas, sobre todo en personajes que ocupan posiciones relevantes en la comunidad.

Cuando estamos en presencia de un rumor, lo que hay allí es una suposición o conjetura, que no pasa de un comentario entre amigos si acaso la idea envuelta en ese rumor no llega a la redacción de algunos medios. De ocurrir tal situación, los reporteros tienen, desde el punto de vista ético, la obligación de confirmar la especie.

Lo concreto es que no es apropiado éticamente hablando que el rumor se publique, dando lugar a una notable incertidumbre entre las audiencias.

En diversas ocasiones, reporteros muy en línea con buscar la verdad de los hechos, se dan el trabajo –a veces no fácil- de escudriñar el origen de un rumor. Para su satisfacción lo que parecía una especulación resultó ser una gran verdad y que tenía connotaciones de escándalo, por las figuras públicas comprometidas.

Los rumores, entonces, no siempre hay que descartarlos. Pueden ser mentiras o verdades. Queda a juicio del reportero investigar. Cuando está rodeado de una estrecha red de informantes (“dateros”), su tarea se verá facilitada.

A favor del bien común

Un noble propósito.

Puede no estar inserto como un objetivo prioritario de los planes de muchos medios de comunicación, pero ayudar a crear y consolidar el bien común, debe ser un afán cotidiano de los periodistas. Este tipo de vitaminas siempre será motivo de auspiciosos comentarios, de quienes son receptores del medio de comunicación preocupado de este aspecto

¿Qué es el bien común?

“El bien común puede tratarse de un objeto material o inmaterial cuya posesión o disfrute es necesario para todos, como puede ser el aire o el calor del Sol, o puede referirse a un fin que trascienda a la mejora de uno o de

pocos, para beneficiar a todos, o a parte importante del género humano; por ejemplo, estatizar un servicio o expropiar viviendas para una finalidad superior de beneficio de toda la población y en aras al progreso, como puede ser construir una autopista” (*).

“El bien común no es simplemente el bien público, ni la propiedad colectiva de determinados bienes, sino aquel bien que trasciende los bienes particulares”. (Platón)

“Son aquellos con los cuales las sociedades organizadas se comprometen a garantizar a sus ciudadanos para su bienestar y felicidad”. (Aristóteles)

Cuatro aspectos son importantes al considerar el bien común:

- a) Se trata de un bien social humano;
- b) Superior al bien de los individuos particulares;
- c) Que aglutina o cohesiona a la comunidad social;
- d) Que la proyecta creativamente hacia el futuro.

El concepto de “bien”, en general, implica una relación de conveniencia, de deseo; aquello que se apetece, porque existe afinidad entre el sujeto y el objeto.

“Bien es aquello que todos desean”, señalaba Aristóteles.

“Lo que todas las cosas apetecen”, según santo Tomás de Aquino.

El bien común, pues, dice relación con la sociedad humana, a ese bien que favorece al conjunto, conforme a la finalidad misma de la comunidad.

Y así como la sociedad en general tiene su finalidad, cada organización puede tener su propio bien común, conforme a su naturaleza.

(*) DeConceptos.com, 2018.

El bien común del Ejército, por ejemplo, será necesariamente diferente al de una congregación religiosa, o de un club deportivo.

Se trata, en definitiva, del bien superior de la sociedad, la expresión de lo que conviene a todos, y que a todas las personas ayuda a realizarse como tales.

El bien común, es un “bien” genuino y es auténticamente “común”.

El bien común es de todos y para todos. No promueve la ventaja de un grupo o clase alguna, sino el beneficio de todos, cualquiera que sea el carácter o la función que las comunidades realicen en la sociedad.

Que sea “bien” quiere decir que da satisfacción a las necesidades del ser humano en su entera naturaleza espiritual, moral y corporal

Además, le proporciona paz, cultura y todo lo necesario para el desenvolvimiento pleno de su existencia; es “común” porque es un bien de la sociedad entera.

No puede excluirse a nadie de los beneficios del bien común argumentando pertenencia a nación, religión, sexo, raza, convicción política o posición social.

Nadie, ni los aún no nacidos ni las siguientes generaciones, deberán ser excluidos de tales bienes. Esta generación debe cuidar responsablemente los bienes y recursos necesarios para las generaciones por venir.

El bien común tiene preeminencia, porque ocupa una posición superior a los intereses particulares de los individuos. Así, el bien común es preeminente a los intereses particulares o de grupo, pero inseparable del bien de las personas.

Si el bien común atentara contra el fin trascendente de una sola persona, dejaría de ser bien y dejaría de ser común.

El logro del bien común es de todos, gracias a lo cual las personas pueden cumplir su destino material y espiritual.

En el ejercicio por el bien común deben repartirse las cargas de acuerdo a las posibilidades y los beneficios en función de las auténticas necesidades de personas y grupos.

Esto se logra a través del correcto ejercicio de la autoridad bajo el criterio de subsidiariedad. No podrá construirse el orden social necesario si solamente existe buena fe o buena voluntad. Es también necesaria la eficacia

real en la construcción del bien común. El bien hay que hacerlo bien. No basta la fe sin las buenas obras.

El respeto al bien común es lo que preserva, asegura y propicia el desarrollo de los diversos bienes particulares, los cuales se ordenan teniendo como soporte el bien común.

La construcción del bien común simultáneamente implica la justicia, la seguridad, la defensa del interés general, el respeto y la protección de la persona y sus derechos.

El bien común es concreto, porque siempre es una realidad tangible, un medio organizado conforme a los mejores recursos del momento.

El Estado tiene como misión cuidar directamente el que los ciudadanos procuren apuntar hacia el logro del bien común.

También es necesaria una amplia planificación y coordinación de la cooperación social, para poder satisfacer todas las necesidades existenciales de sus miembros. Esto se logra con una amplia gama de políticas públicas, además de un amplio sistema de derechos humanos que protejan a las personas.

El bien común es perfectible y dinámico, porque siempre es mejorable.

El vivir del ser humano es necesariamente un convivir, no sólo en el orden físico y biológico, sino sobre todo en el cultural y espiritual.

Los seres humanos somos una especie frágil, contingente y físicamente perecedera.

No todo lo que se puede se debe hacer. Existen criterios de factibilidad técnica que deben completarse con criterios de exigencia ética.

La protección del ser y la vida son condiciones necesarias y mínimas para la realización del bien común.

El bien común, como elemento fundamental de la estructura de toda comunidad, implica que, gracias al don de la sana convivencia social fundamentada en la amistad, se genera cultura.

Sin efectivas garantías de los derechos fundamentales del ser humano, no cabe realización alguna del bien común.

Sin democracia participativa tampoco es posible el perfeccionamiento continuo de la comunidad en la búsqueda de su bien propio.

La justicia social se promueve mediante la participación de todos en la definición, construcción, realización y disfrute del bien común. Su definición en común es lo que constituye la democracia participativa. A tal punto, que el perfeccionamiento del conjunto significa provecho para sus miembros, y el perfeccionamiento de cada uno de los miembros de esa sociedad acrecienta la eficacia del conjunto.

Muchas veces el bien común colisiona con determinados intereses particulares, pero no cabe duda que, en circunstancias normales, aquél ha de prevalecer sobre éstos.

Publicar un reportaje sensacional y exclusivo puede ser un bien muy apetecible para un periodista y un diario. No obstante, puede significar un daño al bien común si se trata de un conflicto privado, aunque sea verdadero.

No es poco frecuente verse sometido al interés de un hecho, que implica lealtad con un amigo, pero desprecio por un pariente.

¿Qué debe hacerse en esos casos?

Herrán y Restrepo, dos autores colombianos, citan un ejemplo verídico que ayuda a entender lo que es el bien común.

Un periodista colombiano, por sus contactos, logró descubrir las claves que iban a ser utilizadas por la guerrilla y por una comisión mediadora en el rescate de un grupo de soldados, que desde hacía un mes estaba en poder del grupo subversivo.

Los datos conocidos constituían material suficiente para lograr una excelente crónica exclusiva, y así se iba a aprovechar.

Pero, el periodista recibió una llamada telefónica de un alto funcionario que, invocando el bien común, le pidió no publicar la crónica hasta el día siguiente, porque podía frustrar la operación de rescate.

¿Qué hizo el periodista?

¡El periodista optó por callar, en aras del bien común!

Aguardó algunos días para procesar la información, pero ahora con grandes novedades.

A todos nosotros, en cualquier momento, nos puede tocar estar ahí...conociendo detalles de un gran suceso, pero que vaya en contra del bien común.

Debemos tener clara noción de lo que significa el bien común y de cómo cada cual puede ayudar a que este bien prevalezca.

Aporte al periodismo

Para ayudar a la profesión.

El compromiso que se propone para los nuevos periodistas y que hoy están en la campaña de modelar sus virtudes profesionales, es difícil si acaso no existe claridad en torno a lo que viene para la actividad de quienes son los encargados de transmitir noticias.

El siguiente párrafo es del periodista José Luis Dader^{5*} de la Nueva Revista, de política, cultura y arte, está relacionado con “La débil identidad del periodismo en la hipermodernidad”:

“El periodismo atraviesa quizá su peor momento a escala global, justo cuando la globalización del tráfico de mensajes parece más incuestionable. Por nefasta paradoja, la sociedad de la información podría lograrse a cambio de una sociedad sin periodismo, lo que significa sin conciencia de sus propias desgracias, de los factores que las causan y de las vías para superarlas”.

El deterioro del periodismo es paralelo a la pérdida de audiencia de los medios clásicos, cada vez más presionados por nuevas formas de comunicación digital, de ‘prensa gratuita’ y hasta del espontáneo ‘periodismo ciudadano’. La desaparición de la vieja prensa, que algún experto ha vaticinado para el 2044, no debiera preocuparnos demasiado si es sólo el soporte del papel lo que se esfuma. La verdadera amenaza es que desaparezca el propio Periodismo.

No es una conjetura apocalíptica. Su desaparición depende más del abandono de sus fundamentos profesionales que de factores en realidad

⁵ José Luis Dader, España, 2014.

secundarios, como la competencia, otras fórmulas de negocio o el avance de las tecnologías. El principal enemigo del periodismo puede ser su distorsionada práctica actual, fagocitada por el infoentretenimiento y la agitación propagandística; desvaríos quizá inevitables en la etapa de Hipermodernidad en la que parecemos adentrarnos.

Bill Kovach, uno de los periodistas con perspectiva intelectual más reconocida, se preguntaba en 1999 si el futuro del periodismo estaría fuera del propio periodismo. Se refería a la reducción del ejercicio comprometido y riguroso de la investigación periodística sobre los abusos e irregularidades institucionales y sociales. Dicha práctica se sustituía paulatinamente por sucedáneos superficiales y entretenidos, de mayor rendimiento comercial y carentes de conflicto para las empresas, adecuados al simplismo y al relativismo de la cultura post/hipermoderna y al consumismo letárgico de las audiencias contemporáneas.

El periodismo auténtico resistiría, por contra, al amparo de la filantropía de fundaciones y movimientos cívicos externos, como The Center for Public Integrity (“Investigative Journalism in the Public Interest”) y The Fund for Investigative Journalism. Se trata de fundaciones que financian y publican en sus webs, investigaciones periodísticas que los medios convencionales no acogen por falta de recursos o entreguismo. Estas experiencias resultan periféricas frente a la acaparadora atención de la corriente mediática principal, pero su vitalidad permite mantener aún ciertas esperanzas”.



El ciclo noticioso

Una gran rutina.

El aspecto que veremos es origen de más vitaminas y los reporteros más audaces lo saben muy bien.

La noticia dada a conocer por los medios informativos, muchas veces es punto de partida de lo que se llama un ciclo noticioso. Frente a estos casos, los medios están estructurados de manera que hay una natural rutina en cómo se sigue buscando nuevos elementos que permitan a las audiencias seguir muy atentas y compenetradas de los nuevos antecedentes que los periodistas van acumulando y registrando desde sus respectivas fuentes informativas.

De cualquier manera, con ciclo noticioso incluido o no, para los periodistas siempre será una tarea de primera importancia, ofrecer a sus audiencias una “noticia redondita”. Que se note un trabajo profesional marcado por la cantidad de datos reunidos y por la adecuada orientación que el relato ofrece.

Existe una cantidad importante de lectores, auditores o televidentes que acostumbran a comparar lo que sobre un mismo tema han dicho diversos medios. Hay quienes son letales en sus comentarios cuando estiman que un medio hizo la “pega a medias”. “Apenas le da para un cuatro”, decía un lector asiduo de noticias escritas y que criticaba de manera contundente cuando el periodista trataba de salvar la situación con poquísimos elementos novedosos. Con toda seguridad, el reportero aludido era el primero en reconocer, aunque no fuera públicamente, que no había hecho un buen trabajo profesional. La repetición de ideas lo había traicionado y, lastimosamente, se toparon con lectores hábiles y capaces de contextualizar.

Suele darse en algunos medios informativos el caso de profesionales que en el reporte inicial de un hecho específico, logran acumular tal cantidad de datos, que se guardan unos pocos para el día siguiente. Darle fisonomía al ciclo noticioso con lo que “quedó de ayer”, es ser poco profesional y exponer al medio a un ridículo. Los otros medios pueden seguir el ciclo a base de nuevos y significativos antecedentes.

Es muy valedero recalcar: El concepto de ciclo noticioso puede prolongarse, con nuevas vitaminas, de manera muy periodística, con los nuevos datos que un reportero pueda ir logrando. Aquí es valedero echar

mano a las buenas relaciones que el profesional ha cultivado en ciertas áreas y que, de pronto, surgen como muy oportunas, según el hecho noticioso que ha dado lugar al ciclo.

Cultivar buenas relaciones con ciertas fuentes informativas no significa necesariamente que los periodistas deban ser amigos de decenas de funcionarios de diversas reparticiones públicas y/o privadas. Son dos conceptos distintos. Y es bueno recalcar la idea. El reportero tiene derecho a hacerse de verdaderos amigos en los más diversos sectores. Sin embargo, debe tener muy claro que en algunas circunstancias debe prevalecer la relación profesional. Si un amigo de un reportero es protagonista de un hecho de carácter policial, lo lógico es que el periodista pida a su editor excluirlo de reportear esa situación. Sería una medida auténticamente ética. Tan ética que cuando se producen situaciones de esta naturaleza, las audiencias no lo saben ni lo sospechan. El periodista aludido toma con decoro la situación y, quién sabe si tratará de ayudar a su amigo desde otra perspectiva.

Este tipo de vitaminas es invisible para las audiencias.

Textos claros

Factor a favor del “**Efecto Vitamina**”.

¡Para escribir, escriba!

Para un periodista no puede ser difícil enhebrar coherentemente algunas ideas.

Darle forma fluida a un texto debe ser propio de los periodistas. Se parte de la base que ellos hablan bien. Si hablan bien, ¿podrán escribir bien?

Platón dijo una vez que “**el conocimiento de las palabras lleva al conocimiento de las cosas**”.

Tan importante como el número de palabras con que se maneja el periodista, es también la forma en que escribe. Una persona común tiene en su vocabulario activo un par de cientos de palabras y pueden algunas llegar a varios miles en su vocabulario pasivo.

“El propósito del periodismo es la comunicación. Redactor y lector se unen por la palabra, que transporta la buena crónica, el concepto novedoso, la influencia eficaz”, según la periodista Eliana Rozas ⁶.

Un periodista se puede manejar con cierta fluidez si tiene a mano unas mil 500 palabras en el vocabulario activo.

En definitiva, podríamos decir que lo más significativo para un(a) periodista es dar cuenta de que posee una gran riqueza y que debe hacer registro de ella de la siguiente forma: **¡Escribir bien!**

Escribir bien representa hacerse parte de la claridad, lo que a su vez significa:

*** Buen uso de reglas gramaticales, y**

*** Ajustada propiedad del lenguaje**

⁶ *Estilo periodístico, Eliana Rozas, 1988.*

También es importante la **precisión (correcto uso de las palabras)**, la **conciencia (adecuado número de palabras para exponer una idea)** y el acertado orden de las ideas que se desea expresar.

¿Para quién escriben los periodistas?

Vamos a representar la audiencia general en el lector.

Y es que es en el periodismo escrito donde mejor deben darse las cualidades del buen periodista-redactor. Algunos jóvenes periodistas estiman que el trabajo en radio o televisión no debería ser tan exigente en este aspecto, pues creen que en el diario o en los medios escritos es donde hay que cuidar la ortografía y en general el vocabulario. Grave error. Un(a) periodista puede cambiar de medio laboral en cualquier momento y de un diario pasar a un canal de TV, por ejemplo. El sello de calidad en la preparación de textos será uno de sus grandes respaldos.

¿Quiénes son los lectores?

Hay quienes los consideran personajes siniestros, malignos y despreciables, ya que lo único que buscan son errores.

La oferta noticiosa, a través de los medios escritos, no entra en el típico juego de la demanda. Vamos a poner un ejemplo:

Cuando un pintor da forma a una obra, no trepida en usar el estilo que más le conviene o le gusta a él. El que quiere comprará sus cuadros.

En el caso de los lectores es distinto. El periodista no puede pensar en sí mismo, sino en ellos. Al que no le gustó el diario, no vuelve a comprarlo.

Los lectores promedio representan una masa heterogénea. Es tan heterogénea que no todos compran el diario por el mismo motivo. Si bien la mayoría compra el diario por las noticias, hay también un porcentaje de lectores que lo adquiere por los avisos económicos y no son pocos los que quieren ver solo el Obituario.

Es pertinente hacer la diferencia entre los lectores:

* *De rutina*

* *Los ocasionales*

Los primeros son aquellos a quienes el diario ya se ganó en sus afectos. Los ocasionales son los que por un titular llamativo se entusiasman. A éstos hay que transformarlos en lectores de rutina.

Por sondeos se ha logrado conocer mejor a los lectores de diarios. Eso ha dado lugar a tener una pauta de lo que son sus hábitos, sus conductas y sus necesidades informativas.

Por ejemplo, en las dos últimas décadas del siglo pasado, de mucha efervescencia en América Latina, se descubrió que más del 50 por ciento de los lectores buscaba información política; casi un 30% deseaba positivas y fidedignas noticias locales.

Tipos de Lectores:

Precisamente cuando se ha determinado el tiempo que una persona dedica a leer el diario, es que se puede proyectar una clasificación y establecer que existen.

- Lector del momento
- El ciudadano global
- Lector dedicado (Van quedando pocos)

Debemos reconocer que en el último tiempo esta clasificación de los lectores se ha visto opacada por el surgimiento de las redes sociales y, sobre todo, del teléfono celular. Las personas, por lo tanto, ya no disponen de mucho tiempo para leer el diario. Hay quienes conservan la costumbre, pero hacen uso de internet y, por consiguiente, el tiraje de las ediciones en papel de casi todos los diarios, ha bajado una enormidad. Es poco probable que se pueda emitir cifras o porcentajes de la venta de ejemplares, pues sigue siendo – y ahora con mayor razón- una información exclusiva de cada medio.

Cuando esta clasificación fue hecha pública, la competencia entre los diarios, sobre todo los de carácter nacional, era notable. La televisión todavía no alcanzaba mucha popularidad y las redes sociales con el apoyo de internet, recién asomaban en la expectativa de los consumidores de noticias.

En aquella época se describió a los tres tipos de lectores con debido fundamento:

* Lector transitorio:

“No tengo tiempo para leer”.

Se trata de personas que se mueven en nivel superficial de lectura.

Son los que le dan una mirada a los títulos, a las bajadas y listo.

* El lector global:

Busca información dentro de un contexto. Pide segmentación temática.

Le gusta la escala tipográfica.

* Lector dedicado:

Espera profundidad junto al contenido. Nivel de análisis.

Aprecia la narrativa. Lector detallista, “editorialista”.

Aprecia el trabajo infográfico.

El diario siempre ha tenido fórmulas para atraer la atención de los lectores:

* Está la ordenada presentación gráfica.

* La adecuada diagramación.

* La titulación especial y llamativa

* La calidad de las noticias.

¿Cuál de todas tiene que ver con el periodista-redactor?

¿Calidad de las Noticias?

Sin duda. Las mejores noticias no son obra de los gerentes o de los auxiliares de un diario. Son propiedad de los periodistas.

¿Por qué hemos insistido tanto en la necesidad de que logremos el mayor número de datos a la hora de reportear un hecho noticioso?

Hay varias razones.

Cuando un reportero pregunta y pregunta y vuelve a preguntar, se va a encontrar, seguramente, con datos valiosos que le pueden permitir hacer de

un hecho cualquiera, un “notición”. Hay hechos que, aparentemente, no tienen una proyección noticiosa. A primera vista cualquier periodista podría decir que se trata de un hecho irrelevante desde el punto de vista noticioso. Sin embargo, en la persistencia del reportero, en cuanto a escudriñar más allá de lo que se ve a simple vista, está su éxito informativo.

- 1) Dejar la sensación en el lector de que él se merece lo máximo. Y eso se debe reflejar en darle un informe completísimo. El lector sabe darse cuenta, porque muchas veces compara, quién lo informa mejor; sabe quién está mejor preparado; sabe quién es más agudo para describir las situaciones noticiosas.
- 2) En un mundo que cada vez se hace más competitivo, resulta de una enorme ayuda para el reportero tener “**mil datos**” y, por ende, muchísimos más que los reporteros de otros medios. Eso significa que quien se ha preocupado más, tiene en su mano alternativas variadas para poder orientar la nota periodística.
- 3) Aspirar cotidianamente a hacer realidad la metáfora, “**mil datos**”, significa, en la práctica, hacer el trabajo de reporte solo. Esto implica salirse del grupo de periodista que, generalmente, acude al lugar donde sucedió un hecho relevante.
- 4) El concepto de “**mil datos**” está, además, ligado estrechamente con ciertos atributos que se le reconocen a la redacción noticiosa y que han sido mencionados en este texto. Debe ser exacta, equilibrada, imparcial, clara.

Tres enemigos de un buen estilo:

- Frases hechas
- Frases ociosas
- Redundancia

Veamos ejemplos de *frases hechas*:

Todavía leemos, lamentablemente, en algunos diarios:

- * *Horrible crimen*
- * *Espantosa tragedia*

** Violenta explosión*

Son los lugares comunes que utilizamos, sin darnos a la tarea de crear, de ser imaginativos. Las frases hechas se han desvalorizado con tanto uso, casi han perdido su significado.

La lista de frases hechas es larguísima Sumamos sólo cinco más:

** Sensible fallecimiento*

** Infausto suceso*

** La madre naturaleza*

** La diosa fortuna*

** Al calor de la disputa*

Las frases hechas, a juicio de importantes analistas, revelan pereza mental y lo único que logran es hacer perder espacio al periódico y tiempo al lector.

Frases ociosas:

Su nombre las define muy bien. Ocupan espacio sin necesidad.

Están absolutamente demás. La lista de ejemplos es también larga, pero nos quedaremos sólo con seis:

** Luego agregó (¿Se puede agregar antes?)*

** Posteriormente añadió*

** Al respecto cabe decir (irse por las ramas)*

** En circunstancias que...*

** La verdad es que...*

** Por su parte..., dijo*

Redundancia:

Se trata de reiterar con otras palabras la misma idea ya expresada,

Lo que denota una pobreza de vocabulario y mínima imaginación. La lista de los errores que, en este aspecto, se cometen a diario, es bastante extensa.

- * Sonrisa en los labios
- * Entumirse de frío
- * Experiencia pasada
- * Lاپso de tiempo
- * Hace un año atrás
- * Hemorragia de sangre
- * Consenso unánime
- * Volver a insistir
- * En el mes de octubre
- * Biografía de su vida
- * Melodía musical
- * Historia pasada
- * Jauría de perros

La presentación no cambia

El desenlace va de inmediato.

La prensa escrita fue el primer medio de comunicación masivo y su estilo de presentar las noticias dista bastante a cómo se ha hecho desde fines del siglo XIX.

En su origen primaba la veta literaria. Y eso significaba, ni más ni menos, que había que leer una enorme “sábana” para poder descubrir qué había ocurrido. Los periodistas, salidos muchos de ellos de la docencia

describían los hechos con gran talento y coherencia, pero dilataban – no siempre a propósito- el resultado de un conflicto, de un hecho delictual o una medida adoptada por la autoridad en favor de un barrio, de una ciudad o de grupos de obreros de la misma especialidad.

En la terminología periodística actual, aquello era auténtica representación de lo que se llama la Pirámide Normal. La historia-noticia se cuenta de principio a fin. Hubo, en aquella época grandes combates boxísticos que despertaban gran conmoción entre los adeptos al rudo deporte. Muchos aficionados, que no podían asistir a los gimnasios, debían esperar el día siguiente y leer el diario para saber quién había sido el ganador. Y la lectura los obligaba a fijar la vista en las últimas líneas de la crónica que contaba lo que había sucedido.

Como periodistas y lectores estaban habituados al sistema, no era raro ver que la gente se leyera toda la crónica para concluir con el desenlace.

En la actualidad, la pirámide normal se utiliza muy poco. Es útil, por ejemplo, cuando se quiere mantener cierto suspenso para sorprender al lector con el desenlace, es decir, con el hecho noticioso.

El estilo moderno, en cambio, privilegia el “golpe” de inmediato.

Desde el titular ya se llama la atención del lector respecto de lo que ha ocurrido. Eso implica que las noticias se estructuran con el modelo de Pirámide Invertida. Esto significa que la información va de lo más importante hacia lo menos significativo.

En el primer párrafo, se resume en unas pocas palabras la información esencial. Para cumplir ese objetivo normalmente se responde algunas de las preguntas que se estiman básicas: ¿Qué pasó? ¿Quién lo protagonizó? ¿Dónde sucedió? ¿Cómo ocurrió? ¿Cuándo sucedió? ¿Por qué ocurrió?

Después viene el **desarrollo** del tema, con detalles del asunto y se responden las otras preguntas que no fueron consideradas en el **cabezal o “lid”**. Los datos reunidos por el reportero le permitirán hacer una entrega acabada de pormenores. Esto va a depender de la importancia del hecho y de la hora de ocurrencia. Estos dos aspectos se combinan propiciamente muchas veces. Ejemplo: Un hecho relevante sucede a mediodía: Tiempo y espacio apropiados. Tiempo para el reportero de hacer un magnífico trabajo de

captura de datos; espacio importante en página impar y con llamado en portada, por parte de los editores.

Luego, en **el remate**, se señalan los elementos secundarios y se cierra la historia noticiosa. Pero la historia puede seguir. Ocurre con frecuencia que ciertos hechos noticiosos no concluyen con una primera entrega. En una gran proporción de los casos, el seguimiento que hace un reportero comprometido con la causa noticiosa, permite dar lugar a un ciclo que puede durar varios días o semanas.

También, por obra de algunos protagonistas de los hechos, hay nuevos antecedentes que dan lugar a la prolongación de un suceso noticioso. De nuevo aparece la figura del reportero despierto, agudo, inquieto que no desperdicia la oportunidad para insistir noticiosamente. De manera especial cuando advierte que hay nuevos elementos que pueden ratificar lo ya sabido o, tal vez, que cambie el rumbo que se había trazado originalmente.

Ejemplos de "lid":

- a) Menor de 12 años robó en la casa de un compañero, hasta donde llegó para estudiar y preparar una prueba de Educación Cívica. Tendrá control especial de un psicólogo durante el resto del año, según lo estableció el juez que vio la causa.

Se estima que fueron 200 mil pesos los que J.O.P., como fue identificado el presunto autor del delito, sacó desde el velador del dormitorio del matrimonio dueño de casa, a instancias de su compañero, J.R.M., quien lo había invitado a estudiar. Ambos niños son alumnos de la escuela del sector Rinconada, de San Cristóbal.

Forma poco periodística:

- b) Un llamado de atención, transformado en un reto, sufrió un menor de 12 años por parte de sus padres, luego que ambos progenitores supieran de la incorrecta acción de su hijo en la casa de un compañero. En efecto, J.O.P., como fue identificado el menor, fue acusado de robar 200 mil pesos en la vivienda hasta donde había llegado para estudiar con su amigo J.R.M.

La reunión de ambos escolares se había acordado en pro de preparar una prueba fijada para el día siguiente. Todo iba bien hasta que J.O. pidió permiso para ir al baño, pero además para revisar otras piezas y ahí fue cuando se encontró en el cajón de un velador el dinero que sacó y se guardó.

Noticia de portada

Aspiración cotidiana.

Ningún periodista comprometido con la causa noticiosa, puede negar que está buscando frecuentemente –ojalá todos los días- incorporar su reporteo en la portada del diario o de ser principal titular de los anuncios en los informativos centrales de la radio o la televisión.

Una noticia que tiene abundantes ribetes novedosos, es evidente que será titular de portada. El criterio de los editores no es tan distinto como para que haya quien “baje” una noticia y sólo tenga presencia en páginas interiores de la publicación en papel o que quede perdida entre las informaciones radiales o televisivas.

Esa es norma general.

Lo raro corre por cuenta de quienes han debido reportear hechos no tan singulares, pero que igualmente son capaces de competir con aquellas que tienen luces propias.

Es cuando aparece la “viveza” (creatividad) del reportero. No solo sabrá reunir una importante cantidad de datos, también obtendrá revelaciones significativas de parte de las fuentes informativas, que bien supo escoger. En este caso, el hecho noticioso mismo puede relegarse un tanto y otorgársele preponderancia a los testimonios. A veces, de los dichos de las fuentes informativas surgen pistas relevantes, que pueden ser punto de partida de otros hechos relacionados con el origen de lo que se empezó a reportear.

Se trata, entonces, de un premio merecido para quien demuestra no solo sentido de la responsabilidad periodística, sino que además un claro compromiso frente a la audiencia del medio al que representa.

La figura descrita permite hacer la diferencia entre quienes sienten el periodismo como una práctica necesariamente distinta cada día. Y aquellos “colegas” que a una hora determinada sólo se preocupan de mirar el reloj y de asumir que “este apostolado” no es para ellos(as).

Los periodistas que están dispuestos a responder del modo más profesional a su tarea diaria, saben que reportear requiere, básicamente, espíritu de sacrificio. Y al hacerlo así, sienten que su compromiso ético está a tono con lo que representa el periodismo y su afán permanente de darle a las audiencias un trabajo completo, redondo.

No siempre el resultado de los buenos reporteros, al final de cada día, es llegar a la portada del diario o a encabezar los llamados de los informativos de los medios audiovisuales. Hay días en que los hechos con enorme fondo noticioso no se han producido y, por tanto, no se han ganado ese derecho. Y frente a eso no hay que lamentarse.

Cierta decepción de los buenos reporteros, se justifica porque la creatividad también pudo tener una pausa. Lo mejor es reconocer que a veces se dejaron llevar por algunas fuentes informativas que poco o nada aportaron o porque las preguntas fueron demasiado rutinarias.

La revancha viene mañana.



Información oportuna

Compromiso de siempre.

Los periodistas, a veces, no pueden llegar en forma oportuna hasta donde se ha originado un suceso no pauteado. Se podría decir, generalizadamente, que en el mayor número de los casos, los reporteros van a la zaga de los acontecimientos. De esos que no se anuncian; hablamos de los asuntos imprevistos.

Volvamos a una situación de la cual los reporteros fueron informados cuando ya había transcurrido un buen tiempo. Llegar tarde no significa dejar de informar. Es en esta situación donde el reportero es puesto en mayor medida a prueba. Cuando llegó al lugar del accidente, no hay registro de nada. Se llevaron a los vehículos que protagonizaron el suceso, lo mismo que a los conductores; si hubo lesionados fueron a parar al hospital y hasta los carabineros ya cumplieron sus observaciones, interrogaciones y todos los trámites de rigor. ¿Qué hacer?

Ejemplo:

Es domingo y la radio informa. Son las 8,30 horas. “Un accidente de tránsito ocurrió en la ruta de Santa Juana a Concepción. Un vehículo, por causas que se investigan, se salió de su pista y cayó a las aguas del río Bío Bío. Hay dos personas desaparecidas. Seguiremos informando”. Fue el escueto informe preliminar dado a conocer por un experimentado periodista de ese medio radial.

Más tarde, siguieron otros avances informativos que terminaron por completar el panorama del trágico suceso. ¿Qué había sucedido? En realidad, el accidente era real. Lo que no se ajusta a era el momento en que se daba a conocer. El hecho se había producido cerca de la medianoche del día anterior. Se podría decir que hubo, en el ejemplo, sagacidad del reportero radial.

El reportero radial recién en la mañana del domingo fue notificado por un parte de Carabineros de la infausta noticia. Lo que vino después fue su agudeza para jugar con los datos y mantener la sintonía de los auditores que a esa hora escuchaban la radio.

El suspenso ha sido un arma valiosa de algunos periodistas radiales hasta que internet y las redes sociales, conspiraron en contra de esa suerte de

sagacidad reporteril. (Hoy es poco probable que algún medio tenga una gran exclusiva que pueda darla tardíamente y de manera parcial para asegurar sintonía).

Antes de las 10 horas de aquel día, el antiguo periodista de turno, ya había conformado el panorama completo del accidente que significó la muerte de dos personas, el conductor y una acompañante. Se dieron las identidades, donde residían, su parentesco y las causas que originaron el volcamiento del automóvil y su posterior caída al río, con las consecuencias ya anotadas. Es decir, de modo paulatino y premeditadamente, se estableció la noticia completa. Es probable que muchos auditores no se percataran de la tardanza en hacer público el hecho por parte de esta emisora. El periodista encargado de transmitir el accidente lo tenía muy claro. Astutamente fue dando a conocer el hecho como si se hubiera producido pocos momentos antes. En su favor hay que recordar que en ningún momento dijo que el hecho “ocurrió hace algunos instantes”. Para haber dimensionado en mejor medida su astucia, este reportero pudo decir “hace algunos momentos se supo de la ocurrencia de un accidente...”.

Más ejemplos

Lo ocurrido en aquel medio radial se ha hecho cada vez más normal. Y es que en los medios audiovisuales, por ejemplo, no importa cuán añejo pueda ser un hecho, si acaso tiene los méritos que justifiquen hacerlo público. En estos tiempos, en que las tecnologías se ponen de lado de los medios de comunicación, es frecuente ver cómo las redes sociales avanzan en ayuda de los reporteros. Los ofrecimientos de imágenes captadas a través de los teléfonos celulares menudean en todos los medios informativos.

Hay canales de televisión que incorporaron en sus áreas informativas, espacios dedicados a los reporteros informales o a los cada vez más famosos ciudadanos-reporteros. Con toda seguridad, son reporteros del canal los que tomarán los datos, los confirmarán con la autoridad respectiva, buscarán opiniones de las partes involucradas y listo. Este aspecto nunca debería dejar de tomarse en cuenta. Las redes sociales son, en términos generales, una gran ayuda, pero es inevitable la confirmación por parte de los periodistas. De otro modo, se exponen a repetir lo que pudo nacer de un afán de revanchismo, hostigamiento o simplemente de jugar una broma, por parte de quien utilizó las redes sociales.

Mucha de la gracia de esa entrega noticiosa, le pertenece a quien oportuna y adecuadamente captó, con su teléfono celular, las imágenes del hecho imprevisto. Esta es una notable figura del periodismo ciudadano que siempre quiso, desde la década de los 70 en Estados Unidos, darle mayor protagonismo a las inquietudes, necesidades y aspiraciones del ciudadano común.

Cincuenta años atrás muchísimos episodios de nuestra vida cotidiana eran ignorados por la ciudadanía. Ocurrían con tanta frecuencia como suceden hoy, pero no estaba el respaldo de una foto o de imágenes que le dieran una connotación especial. Lanzazos a la luz del día en una calle céntrica de Concepción, Santiago o Arica. Asalto en la madrugada a una bencinera en Concepción, Temuco o Puerto Montt. Discordia y hasta con golpes de puño entre vecinos de un pasaje de una población de Concepción, Rancagua o La Serena. Ejemplos de delincuencia que sucedían en la década de los 80 del siglo pasado, pero muchas veces fueron ignorados. La mera denuncia de los afectados no era suficiente fortaleza para que los hechos quedaran inscritos en crónicas informativas. La crónica policial en los medios informativos se defendía, en los diarios, por ejemplo, con un resumen a una columna, donde quedaban registrados los elementos básicos de cada una de las cinco o seis noticias que se consignaban, la mayoría provenientes de las policías, uniformada o civil, fuentes indiscutibles, pero en general parciales.

En lo positivo, también hay una enorme diferencia. En el pasado reciente las gracias que se producían en algunos hogares o ciertos grupos, no sacudían el ambiente más allá de los límites geográficos de una casa o de un barrio o población. Ahora es distinto. La subida a las redes sociales de diversas manifestaciones de fuerza, de simpatía, de cariño hacia los animales, de curiosidades protagonizadas por niños pequeños, en fin, una serie de otras jocosidades, son mostradas como ejemplos de liderazgos, por obra de la internet. Los medios informativos se hacen socios de toda esa enorme multitud que “chatea”.

¿Y si la comunidad ayuda a la entrega noticiosa, dónde quedan los medios informativos si acaso no superan sus propias metas?

En diversos programas radiales y otros tantos televisivos, el aporte de auditores y televidentes resulta fundamental para darle originalidad al entretenimiento y a los horarios noticiosos. Eso está muy bien. Lo que debe

estar por venir es el mayor aporte de los propios medios, estableciendo la diferencia entre el ánimo solidario de los reporteros-ciudadanos y el profesionalismo de quienes, se supone, son los especialistas en uno y en otro medio.

El ejemplo siguiente no es de un reportero-ciudadano, sino de un periodista profesional. Debió dar cuenta en pantalla de un accidente de tránsito ocurrido cerca del mediodía, en una comuna santiaguina. En menos de tres minutos dijo catorce veces “accidente”. Reprochable. Muchos televidentes, sin duda, se quedaron pegados en la falta de sinónimos del informante más que atender a los detalles del siniestro del que se informaba.

En lo noticioso, es preciso reiterar que una tarea fundamental de los medios informativos, es seguir hincándole el diente al “**Efecto Vitamina**”, ese aspecto que cada vez se hace más necesario de abordar, puesto que revela, en su mayor dimensión, el generoso espíritu reporteril de quienes han asumido la loable tarea de informar a la ciudadanía.

Una tarea prioritaria

Acercarse a la verdad; no esconder nada.

El periodista no es mero testigo pasivo de los hechos que reporta. No es un mero espejo de la realidad, como algunos teóricos sostienen.

Al informar, al servir a la comunicación social todo periodista está describiendo eventos o acontecimientos. Al relatar noticias, las enmarca, las ubica, las pone en contexto, para que se entiendan mejor. Esta delicada labor requiere de una formación amplia, metódica y que se mantenga en el tiempo. Estas son parte de las vitaminas que el periodista pone al servicio de su tarea cotidiana.

También se reafirma la necesidad de que el profesional tenga a su favor una nítida vocación, aptitudes y una adecuada preparación técnica que da la universidad.

Lo que más requiere, sin embargo, a juicio de muchos autores es que el periodista posea una gran reserva moral. Vitaminas del mejor nivel.

Entre todos los valores que el ser humano puede descubrir, hay algunos más valiosos que otros. Según la jerarquía que cada cual le otorgue a los valores, cada uno se va forjando su propia “escala de valores”, es decir, el orden de importancia que se le asigna a esos valores.

Hay quienes consideran que ganar dinero es lo más importante en la vida. En tal caso subordinará a este valor todos los otros, como la profesión, la familia, la moral, etc.

Si alguien considera que la moral es más importante, no pasará por encima de ella para conseguir dinero.

Existen personas que estiman que **la vida** es el valor más importante y nada puede supeditarse a él.

Otros piensan que **la felicidad** es aún más significativa que la vida misma.

Están los que sostienen que **el amor** es lo supremo, incluso por sobre la vida.

Son numerosas las personas que creen que **Dios**, o el nombre que le den a su respectiva divinidad, es más trascendente que el amor o la vida.

Buscar la verdad ha sido desde siempre una meta para los periodistas. Es la tarea fundamental. Si a ello se agrega una forma rotundamente clara de dar a conocer la noticia, entonces estamos en la huella distintiva del mejor periodismo.

Abordar el hecho noticioso en forma íntegra se traduce, entonces, en darle al receptor todos los detalles que le permitan tener una visión completa del asunto.

“En periodismo la verdad es aquella que se puede probar, que se puede documentar, con la sola pretensión de que sea una verdad periodística”⁷. (*)

La relevancia de la verdad dentro del periodismo es que hay quienes argumentan que se trata de una mera colección de hechos.

⁷ Vicente Leñero y Carlos Marín.

El hábito periodístico no prueba finalmente la verdad. Y esto es probablemente cierto si consideramos que muchos hechos del momento han necesitado años para ser reparados.

El problema que existe con la verdad, desafortunadamente, es que muchas veces ésta llega sólo con el tiempo.

¿Y los reporteros tienen tiempo para aguardar y poder determinar que un hecho, de acuerdo a los datos recogidos, se ajusta a la verdad? **(Regularmente el periodista vive contra la presión de la hora de cierre).**

“La verdad no es el mero reflejo de los hechos o sucesos. A eso podríamos llamar “los hechos”, o la materia prima de la verdad. Para el ser humano, los hechos tienen significado, se conectan y entretajan unos a otros, los de antes y los de ahora, los de aquí y los de allá y todo va configurando la verdad de los hechos”.⁸

Por suerte el primer trabajo del periodista es conseguir datos de los hechos noticiosos y su responsabilidad es conseguirlos tal como son. Si en ese proceso se recaban verdades, mucho más distendida será la tarea del reportero.

Pero, si entre los datos reunidos ¿hay elementos que se apartan de la verdad?

¿El reportero será mal evaluado?

Algunas falsedades son mentirillas, que el periodista, con su bagaje cultural, podría descubrir.

Están también los verdaderos profesionales de las mentiras. Y en estos casos, hasta el más avezado reportero podría ser engañado.

Sobre esa base, es bueno tener en cuenta, además, que hay personas que no dicen la verdad porque:

- *No saben*
- *No pueden*
- *No quieren*

⁸ Renato Hevia, S.J., 1994.

Durante mucho tiempo, quizás hasta la década de los 90 del siglo pasado, cuando internet todavía no era la aplanadora que es hoy, había periodistas de diarios que “se guardaban datos” para el día siguiente. Y era una mala costumbre no fácil de pesquisar por parte de los editores y mucho menos por parte del público receptor de las noticias. La competencia no era tan grande, de manera que era posible tener “una pequeña cuenta de ahorro”, en cuanto al caudal de datos reportados cuando se producía un hecho noticioso de cierto relieve.

Aquello era también posible cuando los reporteros trabajaban las llamadas “fuentes confidenciales”. Se trataba de amigos que los periodistas habían logrado establecer al cabo de cierto tiempo en reparticiones públicas, en los servicios policiales y hasta en los judiciales. Los reporteros beneficiados con esas “tremendas ayudas”, debían ser muy fieles al “secreto profesional”, esto es, garantizar el anonimato de quien daba los datos. Esta fórmula no está ausente en nuestros días, aunque es preciso señalar que no es tanto por obra del sentido ético de los profesionales de la prensa. Hoy a las fuentes informativas les importa mucho salir ante la opinión pública en la mayor cantidad de medios que se pueda, lo que dependerá de la importancia del asunto que se desea informar. Así, es menos probable que siga existiendo la “primicia”.

Los fines de semana, que es cuando disminuye la dotación periodística en las redacciones de los medios informativos, era otra instancia en que podía (y puede todavía) suceder esta suerte de anomalías. Es cierto, hubo un tiempo en que los editores en apuro, porque se veían algo desamparados en cuanto a mano de obra, utilizaban enormes crónicas, con un sinfín de testimonios (no todos con aportes significativos) de manera de poder sortear la dificultad. (Esto todavía es válido en los informativos de la TV, en que se destinan varios minutos a “sucesos” que adquieren gran categoría porque el editor lo estima, aunque noticiosamente hablando no sean un real aporte).

Sin duda que esas maniobras jugaban en contra de los receptores de los mensajes periodísticos. Se confundían. ¿Por qué ahora (un domingo) se le da tanta tribuna a Fulano, si no es una gran autoridad? Era una pregunta válida para el público lector, auditor o televidente. O, de pronto, crónicas curiosas, como las de gastronomía, larguísimas y sin mucho respaldo noticioso.

La situación persiste. En los medios en papel, pero fundamentalmente en los medios audiovisuales. “Grandes reportajes” de hechos baladíes no son excepcionales en los informativos de la TV los sábados o domingos. Este tipo de actitudes desarma al más tranquilo de los telespectadores con un mínimo grado de afán crítico. No hay que rellenar informativos. Puede transformarse en una muy mala costumbre, aunque, claro, la responsabilidad no es de los periodistas, sino de los estándares de calidad que los medios puedan autoimponerse. Sin importarles lo que piensen, o lo que sientan las audiencias.

Vuelto a la realidad de la semana, las cosas se ponen en su lugar. Con las dotaciones completas, los medios informativos no caen en exageraciones que pudieran extrañar a los receptores de los mensajes noticiosos.

Hay que reiterarlo. Esta fórmula que despliega esfuerzos durante cinco días y cambia los sábados y domingos, no tiene que ver con la calidad y profesionalismo de los periodistas. Ha ocurrido en diversos medios que los periodistas deben afrontar el descanso de un fin de semana, “haciendo algún aporte a quienes deberán estar de turno”. Tal vez no sea tan fea esta obligación, pues hay hechos que se pueden desplegar durante un fin de semana como se si hubieran reportado en el día. No todos los temas permiten este tipo de licencias.

Mayor calidad informativa

Es un gran premio.

Un elemento que tonifica el “**Efecto Vitamina**” es fundamentalmente la mayor calidad informativa a que puede aspirar el público. Casi sin darse cuenta los receptores de esos mensajes asumen con mayor propiedad opiniones respecto de los temas tratados y especialmente cuando son asuntos que los tocan de cerca. Esa nueva capacidad del público es también muy decisiva a la hora en que estas personas deban tomar decisiones.

Una persona bien informada estará en mejores condiciones de actuar responsablemente frente a diversas situaciones diarias en que debe tomar decisiones.

El concepto de responsabilidad lo usamos con mucha frecuencia, pero a veces sin darnos cuenta de su real y verdadero significado. La responsabilidad está íntimamente unida a la libertad. Se puede ser más responsable en un ambiente donde prime la libertad, es decir, en un ambiente de democracia, donde las personas tengan opciones. Una persona elige suscribirse a un medio impreso y quedará muy conforme con la elección si ese medio responde a sus expectativas. Este lector asume la responsabilidad de su elección. Igual como debiera asumirla si acaso el resultado hubiera sido al revés. El medio elegido lo defrauda por diversas razones y en ese caso el lector se siente perjudicado y debería reconocer que su elección no fue atinada. En suma, responsabilidad es la toma de decisiones que cada día hace toda persona. Pero la definición no termina ahí. Debemos asumir las consecuencias de nuestras decisiones. Ya sea que hayamos acertado o errado.

En muchísimos casos de la vida diaria, los medios informativos solventes en la entrega noticiosa, son soporte significativo para que las personas puedan estar mejor informadas, llegar a tener opiniones claras y fundamentadas y sobre esa base, poder tomar decisiones correctas.

Una de las razones que se esgrimieron en su momento, para darle a la prensa el grado de Cuarto Poder, estaba vinculada a la capacidad de los medios informativos de influir en la opinión pública. Por supuesto que esa pretensión, cotidiana y premeditada, podía tener sesgos que no fueran completamente libres de contaminación, ideológica, por ejemplo.

En los años inmediatamente anteriores al gobierno de la Unidad Popular, allá por 1968, 1969 y 1970, hubo una lucha extraordinariamente sucia, no tanto en procura de captar nuevos adherentes a los distintos medios informativos, sino de descalificar a quienes no estaban en consonancia con la línea editorial de los diversos medios. Fue uno de los más tristes períodos en la historia de la prensa chilena. Durante esa etapa, los principios básicos que han movido desde siempre a los medios de comunicación, quedaron sepultados por los intereses partidistas de los empresarios y dueños de los medios. Unos buscaban a todo dar el impedir la llegada de “los comunistas” al gobierno; los otros intentaban identificarse como aliados de lo que sería un “auténtico gobierno del pueblo”.

Si bien la línea editorial la imponían (ha sido siempre así) los propietarios de los medios, también ha sido una práctica habitual que los periodistas se sientan representados por esa forma de ver el periodismo y cómo se debe afrontar el trabajo diario. En aquella época hubo destacados profesionales que se identificaron públicamente con “A” o con “B”, y sus esfuerzos laborales estaban más al servicio de los altos jefes que de los receptores de sus mensajes periodísticos. La pugna fue tremenda. Había que ganar a cómo diera lugar. El gran perdedor fue el periodismo chileno, que quedó extraviado y confundido. Además, muchos chilenos que se sentían independientes políticamente hablando, no recibían de la mayoría de los medios informativos noticias puras. Casi todas, hasta las que parecían ser muy inocentes, estaban impregnadas con el elemento corrosivo, que implicaba algo tendencioso. Período nefasto, pero que no puede olvidarse. Siempre es posible sacar lecciones cuando se han dado pasos en falso.



Eludir las generalidades

Pagan justos por pecadores.

Es muy habitual en textos informativos la utilización de fuentes informativas ligadas a algún suceso y que los reporteros utilizan para darle énfasis a lo que están describiendo. Muchas ideas claras, precisas, certeras, ciertamente le dan más peso al texto. Esos aportes (grabaciones o imágenes para auditores y televidentes) permiten que los lectores conozcan detalladamente lo ocurrido. Eso se agradece.

Distinto es cuando la fuente elegida para tonificar la descripción entra en el terreno de las generalidades:

“Lo que pasa es que los ingenieros le echan para adelante y no se preocupan de ciertas normas”. Un supuesto testigo de la caída de un puente ferroviario en Temuco.

Aquella no es una contribución a establecer las causas exactas del accidente.

Este tipo de fallas en la preparación de los textos informativos incumbe a todo tipo de ciudadanos que en algún momento ha podido estar cerca de la ocurrencia de algún hecho que será noticia y que cae en la trampita de decir generalidades, que muchas veces involucran a personas que nada han tenido que ver en las situaciones que se comentan.

“Los comerciantes se han puesto demasiado abusadores. Los precios de las frutas han llegado a niveles increíbles y la gente no tiene alternativa. Alguien tiene que parar a estos aprovechadores”. Expresiones de una dueña de casa saliendo de un local comercial de frutas y verduras y que un periodista reprodujo tal cual.

¿Era justo para todos los comerciantes dedicados al rubro?

Se podría hacer una larga enumeración con más ejemplos.

Lo concreto es que hay ahí una falla de las fuentes, pero que debe ser remediada por los reporteros en el momento en que se produce el diálogo con ellas. Se trata de pedir precisión. ¿Cuáles ingenieros cometieron el error en el problema del puente y qué errores específicos cometieron? ¿Qué

comerciantes son los que abusan con los precios de las frutas y qué ejemplos de abusos en los precios se pueden dar?

En la mayoría de los casos no habrá respuesta específica. La gente que denuncia no se atreve a acusar con nombre y apellido. Prefiere apoyarse en la utilización de caracterizaciones generales.

Hay medios de comunicación (Últimas Noticias lo hace con frecuencia), que utilizan como complemento de las noticias que representan una denuncia, encuestas que ayudan a una mejor comprensión de lo sucedido.

Apoyo ético

Ética del diario vivir.

En la malla curricular de nuestra Carrera de Periodismo, por cierto, está considerada la asignatura de Ética y derecho a la información. Sin embargo, al enfrentar el ciclo de cinco años que dura la carrera, es muy pertinente que los alumnos lleguen a la universidad provistos de elementos que les permitan una mejor comprensión del aspecto ético.

Y es que preguntarse por la ética equivale a preguntarse por el modo de vivir.

Ética equivale al modo del comportamiento humano en cuanto a la calidad de dicho comportamiento. Un comportamiento es ético si es bueno y antiético si es malo.

Otra cosa es preguntarse cuándo algo es bueno y cuándo no lo es, pues hay distintos criterios para conducirse en este campo. Lo que para unos es bueno, es posible que no lo sea para otros.

Un par de ejemplos:

Matar las vacas en un delito en la India; ente nosotros no lo es.

Que las mujeres anden con los pechos descubiertos no es antiético en África; en Chile sí lo es.

Por eso la ética ha de basarse en unos principios mínimos, fundamentales y objetivos, en los que todos estemos de acuerdo. Son principios asociados a grandes valores objetivos, y que lo son para toda una

sociedad. Por ejemplo, la Declaración Universal de los Derechos Humanos, contiene principios objetivos, suscritos por la casi totalidad de los países.

Lo importante es que la vida de todas las personas funcione éticamente todos los días y en todo lo que ellas hacen. Es decir, que en el actuar de cada uno predominen los criterios del bien y de la justicia, y sean esos criterios y valores los que prevalezcan.

Comportarse bien en momentos especiales de la vida, como ser solidario ante ciertos sucesos catastróficos, es más fácil que comportarse así en lo normal y ordinario de cada día. No es difícil ser generosos y solidarios ante acontecimientos extraordinarios e impactantes de la vida. Pero no es tan fácil permanecer fiel, justo, bondadoso y solidario durante todos los días de nuestra vida, entre la gente que nos es más próxima, cuando no suceden acontecimientos extraordinarios.

Una persona consecuente es la que piensa, habla y actúa permanentemente del mismo modo positivo. Son éticamente admirables. No cuesta mucho ser concordante en un estilo de vida que tenga esas tres características. Es aquí donde los valores, como buenas ideas, se transforman en virtudes

En definitiva, nos referimos en este tema, a esa ética de todos los días, una ética que tiene que ver con la vida común y corriente. Esa ética que nos lleva y prepara y a vivir la **Vida Buena**, la vida llena de sentido. Es una ética que marca todo un estilo de vida, un modo de ser que se hace habitual en la persona que la práctica, y gracias a la cual, dicha persona actuará siempre de una manera justa y recta que le es como natural. **(Conocemos y admiramos a personas de ese calibre).**

Cuando la persona que vive un estilo de vida así, se separa de su línea directriz, es decir se aparta de sus principios y valores que son fundamentales para ella, se siente mal consigo misma. Ese sentimiento de malestar equivale a lo que llamamos **la voz de la conciencia**, que es como la internalización de la ética.

Vivir de acuerdo a valores fundamentales, que están insertos en el corazón de cada uno, contribuye a la felicidad de las personas.

Es falso creer que el que vive de acuerdo a unos valores éticos labra su propia infelicidad, puesto que no haría lo que él quiere sino lo que le está

impuesto por las normas. Eso es tener un concepto muy pobre y errado de la ética y de la propia libertad. Se puede amargar la vida la persona que es reprimida, impedida para la espontaneidad, incapaz de expresar sentimientos, pero eso no tiene nada que ver con la ética.

No confundir:

Hay quienes viven lealmente, de acuerdo a sus valores y compromisos, en forma autónoma y adulta.

Hay, por otro lado, personas neuróticas, reprimidas, de moral inmadura e infantil, incapaces de la propia autonomía y autodeterminación.

La ética tiene que ver con valores y principios fundamentales, a los que la persona recta se abraza libremente con toda su alma, vida y corazón.

Ser libre significa ser capaz de tomar decisiones en forma responsable, y saber responder tanto de los éxitos como de los fracasos, consecuencia de esas decisiones.

Ser libre significa saber discernir adecuadamente las realidades que nos presenta la vida.

Ser libre significa también elegir consecuentemente ante las distintas opciones y alternativas, haciéndolo con plena **responsabilidad**.

El buen discernimiento es signo de madurez humana y libertad, y ayuda a la toma responsable de decisiones importantes.

Una madre que ha abrazado conscientemente su maternidad, se siente plenamente libre cuando ha de levantarse varias veces en la noche para atender al pequeño hijo, necesitado de sus cuidados. Ella es libre para amar, y esa libertad, a pesar del sacrificio que implica, la hace sentirse feliz.

“Por eso, amor y libertad son inseparables: el amor es hijo de la libertad”(Erich Fromm).

Pero hay algo más: la ética conduce a la felicidad.

¿Qué es la felicidad?

Es el objetivo principal del ser humano; el fin de la conducta humana es la felicidad. Y este concepto debería entenderse como un camino, el que se recorre todos los días, con los deberes y derechos. La felicidad no es una

meta a mediano o largo plazo. La felicidad está a nuestro alcance en cada momento en que realizamos del mejor modo nuestro trabajo.

Muchos confunden la felicidad con la obtención rápida del logro y del éxito.

La felicidad así entendida sería incompatible con el sacrificio y el esfuerzo, y sería imposible lograrla cada vez que la gratificación se viera aplazada o postergada. La sociedad de hoy, con su publicidad de un mundo liviano, hueco, lleno de éxitos fáciles, que se lograrían en un abrir y cerrar de ojos, estaría contribuyendo a ese error.

Es fácil que muchos jóvenes piensen que si algo cuesta esfuerzo y sacrificio, eso es ya un impedimento para la felicidad.

Otra creencia muy común hoy día es la de confundir la felicidad con el placer. Si la felicidad se equipara al placer, sucederá también que muchos creerán que pueden comprarla con dinero, algo muy de acuerdo con la cultura consumista que nos envuelve.

Estamos hartos de ver personas que gracias a su dinero no se privan de nada, que obtienen todos los placeres deseados, pero que llevan una vida bastante amargada y poco feliz. ***(Esa es ¡la buena vida!, No confundir).***

Es feliz la persona que ha encontrado sentido pleno a su vida, que es fiel a su vocación, que sigue los indicativos de sus cualidades, aptitudes y capacidades. Y es feliz una persona que no pierde el sentido de la vida, a pesar de las incomodidades, dificultades, y aun el sufrimiento.

La felicidad absoluta no existe; cuando hablamos de felicidad humana, ya sabemos que se trata de algo relativo, puesto que todo lo humano es imperfecto.

Es feliz la persona que construye un mundo donde la belleza, los gestos de delicadeza, el arte, la alegría, el gozo y el placer sean posibles para todos. Y esto tiene mucho que ver con la ética de la vida, con **el actuar bien** en cada momento de nuestra historia.

¡Sería bien distinta la vida si todos la viviéramos en forma más ética y valórica!

El criterio fundamental para una ética que abarque todos los aspectos de la vida es el que se refiere a la dignidad de la persona humana.

Todo aquello que favorezca el desarrollo de la dignidad de la persona, será bueno; y, al contrario, todo aquello que atente contra esta dignidad, será malo. Y esto es así en el acontecer de cada día, y en cualquier lugar donde se encuentre una persona.

Quien carezca de una adecuada formación valórica desde la infancia, es muy fácil que, casi sin darse cuenta, ofenda frecuentemente su propia dignidad y la de los demás. **(Especialmente de las personas más cercanas).**

La construcción de una ética para la vida de cada día, pasa por la actitud de solidaridad y autoestima.

La solidaridad verdadera consiste en poner amor en la vida de todos los días. Sólo puede ser verdaderamente solidaria una persona que ha llegado a adquirir un adecuado nivel de autoestima y asertividad.

Nadie puede amar a otro si no experimenta el amor a sí mismo y nadie puede estimar a otro si no experimenta primero la necesaria dosis de autoestima.

Del mismo modo, nadie puede respetar la dignidad de los demás si no sabe defender la propia dignidad.

“Dormía, y soñaba que la vida no era sino alegría. Me desperté, y vi que la vida no era sino servicio. Serví, y vi que el servicio era alegría”.
(Rabindranath Tagore).

Un respaldo efectivo

Ideas muy necesarias.

Los principios básicos del periodismo que figuran a continuación proporcionan una excelente base para todo aquel que aspira a lanzarse a la esfera de la información pública, demostrando gran compromiso en la manera de informar. Hay cientos de códigos de conducta, cartas y declaraciones de los medios de comunicación y los grupos de profesionales que contienen los principios, valores y obligaciones del oficio de periodista. La mayoría se enfoca en cinco temas comunes:

1. Verdad y Precisión

Los periodistas no siempre pueden garantizar la “verdad”, pero obtener los hechos con exactitud es un principio cardinal del periodismo. Siempre debemos luchar por la precisión, dar a conocer todos los elementos pertinentes que tenemos y garantizar que han sido verificados. Cuando no podamos corroborar la información, debemos decirlo.

2. Independencia

Los periodistas deben ser las voces independientes, no debemos actuar, formal o informalmente, en nombre de intereses específicos, ya sean políticos, empresariales o culturales. Debemos dejar claro ante nuestros editores – o audiencia – cualquier afiliación política, financiera o de otro orden que pueda constituir un conflicto de intereses.

3. La equidad y la imparcialidad:

La mayoría de las historias tienen al menos dos lados. Si bien no hay obligación de presentar todos los puntos de vista en cada pieza periodística, las historias deben ser equilibradas y presentadas con contexto. La objetividad no siempre es posible, y puede no ser siempre deseable (al narrar por ejemplo, actos de extrema brutalidad o crueldad), pero informar imparcialmente genera credibilidad y confianza.

4. La compasión

Los periodistas no deben dañar a nadie. Lo que publiquemos puede ser hiriente, pero debemos ser conscientes del impacto de nuestras palabras e imágenes en las vidas de los demás. La compasión constituye una característica valórica de enorme significado en el periodista. Es la base para saber distinguir aquellos aspectos de las personas, protagonistas de hechos noticiosos, que no deberían ser dados a conocer

5. Responsabilidad

Una señal segura de profesionalismo y periodismo veraz es la capacidad de asumir nuestra responsabilidad. Cuando cometemos errores, debemos corregirlos y nuestras disculpas deben ser sinceras, no fingidas.

Escuchemos las preocupaciones de nuestra audiencia. No podemos cambiar lo que los lectores escriban o digan, pero siempre podemos rectificar cuando hemos sido injustos.

Los miembros de la Red de Periodismo Ético (EJN, por su sigla en inglés) no creen que sea necesario añadir nuevas normas para regular a los periodistas y su trabajo, además de las arriba mencionadas. Pero sí apoyan la creación de un marco jurídico y social, que anime a los periodistas a respetar y seguir los valores de su oficio. De este modo, los periodistas y los medios de comunicación tradicionales podrán ejercer un liderazgo respecto a la libertad de expresión ética. Lo que es bueno para el periodismo también es bueno para otras personas que utilizan internet o los medios de comunicación en línea para expresarse públicamente.

Frustración a toda pantalla

Evitar la contradicción.

Es exactamente al revés con la esencia del tema aquí abordado, el uso de “muletillas” que profesionales de algunos medios audiovisuales utilizan con frecuencia.

En pleno informativo de las 13,30 horas, en un canal televisivo capitalino, uno de los presentadores anuncia con bombos y platillos el detalle y lujo de pormenores que dará a conocer el periodista Fulano de Tal, quien se trasladó hasta el lugar del suceso. En efecto, y desde donde ha ocurrido un hecho poco habitual, se dan a conocer los principales antecedentes de un túnel de varios metros de longitud que habrían hecho los reos de la cárcel de la ciudad.

A poco de transcurrir el despacho, viene el golpe de gracia para los televidentes. “Más detalles importantes de este suceso daremos a conocer en nuestra edición central de las 21 horas”. ¿Había más detalles que se guardaron? ¿Por qué esos datos importantes no se dan a conocer en ese mismo despacho? ¿Qué pasa con los telespectadores que no podrán escuchar el noticiero de las 21 horas?

Este tipo de situaciones produce frustración en el público. No es posible que como a un niño que se le muestra una golosina para que cumpla alguna tarea, se obligue a los televidentes a sintonizar el noticiero de la noche, a riesgo de perderse un cúmulo de detalles que al mediodía fueron expresamente omitidos.

Es una muletilla que le hace un flaco favor al periodismo informativo. Se confunde lo noticioso con una serie de aventuras cualquiera: “Vea el siguiente capítulo, porque viene más interesante que este que ahora termina”.

Si la entrega noticiosa de ese canal es completa en el noticiero de las 13,30 horas, no necesitan decirle a quienes están recibiendo gratuitamente esos informes, que habrá más datos más tarde. Si esos datos eran relevantes, había que darlos de inmediato.

Todos los que quedaron satisfechos con las informaciones recibidas serán fieles televidentes de ese canal y de sus informativos. Distinto es que se

asuman, aún sin la pillería de por medio, promesas de nuevos datos si éstos se tienen en la mano.

Esta muletilla no es exclusiva de un canal. Les pasa a varios.

Ciertamente, no ha calado muy profundo entre editores y reporteros el sentido del “**Efecto Vitamina**” en la entrega noticiosa. Todo lo recaudado ahora, en nuestro reporte, es para darlo a conocer cuanto antes, no en capítulos. Todo el cúmulo de datos recogidos durante un determinado tiempo, hay que rotularlo como lo mejor y más completo que se ha logrado a favor de la audiencia.

Lo que se ofrezca para la noche, necesitará de nuevos datos y, por tanto, de seguir reportando. He ahí el gran compromiso de los reporteros y de todos los que conforman el área noticiosa de los medios de comunicación.

Aquí y ahora: Todo. Una premisa superlativa sería el eslogan a tener en cuenta en la entrega noticiosa que deben hacer los medios. El brindar todo, es eso, todo lo que ya ha sido posible pesquisar. Lo que está en perspectiva, lo que es una posibilidad, lo hipotético ni se menciona. Sobre esa base, seguirá trabajando el reportero o los reporteros, según lo estime el editor. En muchas circunstancias, lo normal es agregar un periodista, de manera de cubrir de mejor modo lo que está por venir y que se supone de gran notoriedad.

Lo cierto es que hasta ahora, todo lo que el medio ha podido conseguir está en conocimiento de nuestro auditor, televidente o lector. Lo que viene promete tanto, como lo que ya se dio a conocer.

El compromiso de la dupla reportero-editor es estimular a nuestro receptor a seguir frotándose las manos, ya que la oferta futura vendrá envuelta en el mismo papel de regalo. Esto es, muchos datos nuevos, enfoques amplios, testimonios de nuevos personajes y una serie de “**elementos vitamínicos**” para reforzar la contextualización del hecho noticioso.

Se debe ser muy fiel y comprometido con lo que se llama dinámica noticiosa. Esa suerte de novela de suspenso que se empieza a escribir a partir de un hecho con ciertas propiedades y que los periodistas reconocen tan pronto saben de su ocurrencia. Cada medio, de acuerdo a sus intereses,

tendrá un particular estilo de valorar la dinámica noticiosa y la forma cotidiana de encararla.

Una clara evidencia de que hay disgustos y malhumor en las personas que suelen ver los diarios, escuchar la radio o ver las noticias en la televisión, cuando los reporteros abusan de las muletillas o de la repetición de palabras.

La Agenda Periodística

Objetivos claros y precisos.

Así como **Diseño** es una expresión que se refiere a la forma de presentación del medio de comunicación, **Agenda** es un concepto ligado a los contenidos.

Se podría hacer la siguiente descripción: **Agenda Periodística** es la programación temática de corto, mediano y largo plazo que debe tener todo medio de información que se precie de serio.

¿Medios informativos serios?

¡Hay medios que circulan (transmiten), y otros que dejan huella!

Los medios informativos: ¿Nacieron para dejar huella?

Su función primordial es informar. Para eso surgieron, especialmente los diarios, pero si adicionalmente dejan huella, cuánto mejor.

¿Cómo dejan huella los medios?

Existe una serie de parámetros que ayuda a medir de manera bastante aproximada esa sensación:

**Cuando crean opinión*

**Al dejar ola de comentarios*

**Si sus ideas editorializadas son acogidas por las autoridades*

**Crea su agenda propia*

**Historias noticiosas propias*

Todos esos conceptos encierran lo que históricamente se les ha asignado como funciones estelares a los medios de comunicación:

**Informar*

**Interpretar*

**Opinar*

La Agenda Periodística hay que estructurarla y orientarla hacia tres conceptos:

- 1. Lo que la gente quiere*
- 2. Lo que la gente necesita*
- 3. Lo que se ciñe a la propia Línea Editorial*

Respecto de lo que la gente quiere, es una instancia en que el medio revela cuánto de necesaria es la audiencia. Y se compromete con ella.

En los medios locales o regionales es donde mejor se puede apreciar una Agenda noticiosa que identifica a los destinatarios. En muchísimos temas, los periodistas se hacen respaldar con la opinión de los líderes sociales, políticos, culturales, deportivos que destacan en la propia comunidad local o regional.

Respecto de lo que la gente necesita saber, se enaltece la labor de los medios. Siempre será más fácil dar lo que gusta, lo que atrae, lo que vende, aunque la mayoría de las veces se trate de hechos sin relevancia o poco trascendentes. Los medios serios no dejan fuera de la Agenda aquellas temáticas que tienen que ver con la mejor calidad de vida de las personas.

En este mismo aspecto, *siempre habrá temas candentes y muchas veces conflictivos, que los medios no pueden ignorar:*

Ejemplos:

**Alzas en combustibles*

**Aumento de la delincuencia*

**Sube precio del pan*

**Movilizaciones estudiantiles*

**Otro portonazo en Vitacura*

Respecto de lo que atañe a la **propia Línea Editorial** del medio, lo que refleja la Agenda son, principalmente, los intereses de los dueños de los medios.

¿Cómo se estructura la Agenda del día a día?

Cada día, a una hora temprana, se reúne el equipo de prensa para hacer una evaluación de la jornada anterior y analizar y seleccionar los temas que se abordarán en el día. En la práctica, se trata de elegir qué temas se reportearán y quiénes se encargarán de “seguirles la pista”. Esta reunión tiene el carácter de una subasta, donde cada reportero propone un tema y lo defiende con los argumentos respectivos. Para esto hay que tener claro los criterios de selección de las noticias. Y cualquier diferencia, es el editor el que impone la norma.

Algunos de los criterios básicos que deben tenerse en cuenta son:

**Actualidad:* la novedad como 'pan caliente'. Cuanto más reciente, más valor noticioso.

**Precisión:* que evite generalidades sobre el tema; concreta, sin 'dar vueltas al asunto'; que se entienda. Las alzas de los medicamentos, sería un tema global, difícil de poner en pauta de un día para otro. Sería distinto seguir la pista al incremento de precio de la aspirina.

**Impacto:* que llegue, que interese a la gente y, mejor aún, que sorprenda a la audiencia.

**Cercanía:* lo que es reconocible en distancia y a nivel de emoción tiene más interés para las audiencias. Cuanto más cerca, más valor noticioso.

No es lo mismo el naufragio de una embarcación en San Vicente, que una tragedia similar en Malasia.

**Interés humano:* situaciones que conmueven y despiertan sentimientos y emociones en la gente, interés común.

Se podría hacer una lista de aquellas situaciones que conmueven y causan impacto de las audiencias:

**Atentados contra niños*

**Accidentes con graves secuelas*

**Femicidios*

**Incendios con varios ancianos fallecidos*

**Cambio: todo lo que es fuera de lo común, pero que tenga relación con los anteriores aspectos. Ejemplo: Variación brusca del clima, rutas suspendidas por arreglos, etc.*

**Denuncia: atropellos, violaciones de derechos, autoridades involucradas en abusos. La denuncia pone en alerta a la audiencia.*

**Curiosidad: aspectos insólitos sin ser puro sensacionalismo, lo que es fuera de lo común. Ejemplo: Asaltante fue reducido por un niño de 7 años.*

La reunión de pauta diaria donde se bosqueja la Agenda Periodística, también es el punto donde se programan los reportajes del fin de semana.

También la pauta da lugar a la elección de los protagonistas, que merecen ser motivo de entrevistas de personalidad o semblanza.

El poder de selección de la Agenda Periodística es enorme y determina la opinión pública. Es evidente que en estas instancias se pueden conocer las presiones de líderes o “amigos” de los periodistas, para entrar de alguna manera en la “Pauta”.

En suma, la **Agenda Periodística** es una fase del trabajo de los medios que le gente no ve, pero que es trascendente en el día a día.

La dinámica noticiosa

Los ciclos noticiosos siguen muy vivos

En términos generales se podría asegurar que la dinámica noticiosa es un asunto casi cotidiano. Basta con examinar la pauta matinal de cualquier diario y cotejarla con lo que realmente se da a conocer al día siguiente, para entender que no hay mucha relación. El editor y sus colaboradores planifican cómo será la edición de mañana. Cada reportero está sobre aviso con respecto a ciertas actividades en sus respectivos sectores. Pero lo que el periodista que cubre el sector Salud no sabía era que llegaría de sorpresa el ministro del ramo, por algunas horas, para reunirse con los directores de tres hospitales de la provincia.

Igual como el ejemplo anterior, hay que sumar lo nuevo en el área de Transportes y que está relacionado con ciertos convenios que el ministerio procura establecer con los empresarios de las líneas de taxibuses y que recién ahora se empieza a ventilar públicamente; o también algo completamente novedoso en el aspecto municipal, ya que en una comuna del Gran Concepción se ha establecido un premio para distinguir a la familia que más aportes ha hecho a la cultura de la ciudad en los últimos 20 años. Y podríamos seguir citando más ejemplos, sin dejar de estar atentos en materia policial, terreno en el que nunca se sabe cuándo habrá un asalto, un homicidio o un accidente de grandes proporciones.

En suma, el proyecto de diario que los editores y reporteros imaginan a temprana hora de cualquier día, se verá enriquecido con diversas instancias nuevas, no consideradas por los reporteros, pues estaban fuera de programa. La noticia irrumpe en cualquier momento y eso hay que tenerlo siempre muy en cuenta. En tal caso hay que tener la capacidad de reacción que permita mantener un cierto control con los temas previstos, pero a la vez dar el tiempo adecuado cuando la noticia que se asoma es tan o más importante de lo que se había previsto.

Editores y reporteros deben tener la capacidad de reacción suficiente para reordenarse y ponerse a tono con la llamada dinámica noticiosa. Es, en definitiva, sumar vitaminas a la nueva edición del diario.

En los medios audiovisuales, por cierto que hay también mucha evidencia de este asunto en forma permanente. Los ciclos noticiosos revelan que la mayoría de las noticias tienen un desarrollo que no culmina en una jornada y mucho menos en un informativo.

Muchas veces el auditor o televidente se habrá percatado de que, habiendo culminado un informativo en los horarios estelares de la mañana, mediodía o entrada la noche, surgen nuevos datos de un hecho recién dado a conocer. El reportero a cargo del hecho noticioso, ha logrado recabar en los últimos minutos nuevos antecedentes de la situación y en tal caso, en la evaluación necesaria que debe hacerse, se decide dar a conocer estos datos y surgirá el extra informativo. Este complemento noticioso es muy valorado por la audiencia y renueva el compromiso del auditor o televidente. Entre ellos y sus colegas, amigos o compañeros de trabajo, surge el natural comentario y

pone en alto la capacidad de “su medio”. Esto, al fin de cuentas, es ganancia pura para la imagen del medio. Vitamina pura.

No todos los medios informativos están en la onda de proponer tantas veces como sea necesario este tipo de “salida al aire”. Ya sea porque la línea editorial del medio así lo establece o porque conquistar minutos informativos puede ir en detrimento del avisaje o en contra del programa de entretenimiento que viene a continuación. Lo peor de todo podría surgir de la conformidad del reportero. Primero se pone en guardia, agudiza su interés periodístico, logra nuevos y magníficos datos, pero a la hora de insistir en pedir pase al aire, se desinfla y prefiere guardar los datos para mañana. Hasta ahí llegó la dinámica noticiosa. El área periodística del medio se queda en los laureles y la audiencia se pierde una estupenda oportunidad de avanzar en conocer elementos ignorados hasta ahora de un hecho que en el informativo central tuvo características rimbombantes. Una cruel contradicción.

Si hubo un ejercicio que ayudó a establecer en la mente del mundo periodístico, el concepto de dinámica noticiosa, fue precisamente la osadía o, al menos, la firme convicción de reporteros y editores de conquistar nuevos espacios para darle cabida a todo lo nuevo que se agregará a una noticia conocida.

Conquistar nuevos espacios parece un decir fácil. En los tiempos que corren, no obstante, es complicado convencer a las otras áreas que forman parte de un medio de comunicación. Por mucho que sea la opinión pública el eje principal de las lealtades de todo el conglomerado que forma el medio de comunicación, la dinámica noticiosa debe competir con otras dinámicas, como es, por ejemplo, la económica dura.

La dinámica noticiosa, aunque esté consolidada, repercute de modo lento en las arcas financieras del medio de comunicación. La publicidad no se demora tanto, aunque sin perder de vista el engranaje lógico, hay que convenir en que una gran dinámica noticiosa, con el **“Efecto Vitamina”** arraigado, será factor decisivo en el mejoramiento publicitario del medio.

Hay muchos ejemplos que estimulan al periodismo a mantenerse vigilante a toda hora. En el caso de los diarios hasta más allá de la hora de cierre. Es que hay grandes acontecimientos que se producen en horarios especiales y que obligan a los editores (a veces a los propios directores de medios) a tomar drásticas decisiones que implican poner marcha atrás y hacer

mucho de nuevo. En estos casos, el criterio periodístico manda y las demás áreas deben someterse a la voluntad de quien ejerce el mando informativo.

En 1994, los profesionales de la Sección Crónica Local de diario El Sur de Concepción realizaban un encuentro de camaradería, en dependencias del Sindicato de Petrox, ubicado en calle Janequeo, en Concepción. Alrededor de la medianoche, cuando se suponía que la edición del matutino estaría casi lista para ser asumida por la Sección Reparto, un llamado telefónico puso en alerta a los profesionales. Un grave accidente se había registrado en la mina de Schwager. Había 21 mineros fallecidos y algunos heridos.

En el mismo lugar se adoptaron las primeras medidas, luego que el editor de Crónica Local, tras conversar con el director del diario, tuviera el camino despejado para hacer cambios a partir de la propia portada. Aun con detalles por confirmar, el suceso minero debía ser el título principal de la vitrina. El anuncio iría a cuatro columnas. Aun cuando uno de los reporteros gráficos que salió prestamente rumbo a Schwager no tenía la certeza de volver antes de la una de la madrugada, se estimó prudente acompañar el texto con una fotografía general de la citada mina, de archivo. El reportero encargado de transmitir telefónicamente los antecedentes al periodista de turno en el taller, iba con la instrucción de aportar los datos no después de la una de la mañana, hora convenida como máxima con el jefe de la imprenta y quien en tal caso asumía el compromiso de entregar los primeros ejemplares a Reparto a eso de las seis de la mañana, un horario habitual de salida a la calle del periódico.

En definitiva, los cambios que se hicieron fueron en la portada del diario y la mitad de la página de Cierre quedó también reservada a los pormenores de la tragedia. Al periodista de turno en el Taller se sumaron otros dos reporteros también participantes de la inconclusa jornada de camaradería.

Si en el quipo periodístico de cualquier medio queda la grata sensación de haber cumplido con “su público”, cuando se logra dar a conocer antes que la competencia de un hecho relevante, es doblemente satisfactorio el poder salir a tiempo con un hecho novedoso que implica un esfuerzo de un gran equipo reporteril y en un horario complicado, como fue el caso aludido, ocurrido en Schwager. Ese triste y lamentable suceso fue como un anticipo de lo que vendría. A fines de ese mismo año cerró la mina, con todo el rigor que significó para casi 300 trabajadores.

La dinámica noticiosa es propia del quehacer periodístico y jamás se debe renunciar a ella. En el periodismo informativo siempre habrá espacio para lo que ha ocurrido recién, que sea significativo y que le interese a la gente.

Hay muchas actividades profesionales en que es posible dejar para mañana; algo que se suscita a la última hora de una jornada laboral. El así hacerlo no causará perjuicio a nadie.

En el periodismo informativo es distinto. La dinámica noticiosa obliga a los reporteros a estar con las antenas paradas todo el día. *El que pestañea pierde*. Ya sea por algo muy novedoso que no se sabía hasta ahora o porque se conocieron nuevos datos con respecto a un hecho ya sabido.

Aunque puede ser una repetición dura, vale consignarla de nuevo. La dinámica noticiosa no está en el ADN de ciertos periodistas. Sin embargo, está en la historia de muchos profesionales que de esa manera contribuyeron a la buena imagen de sus medios informativos. Es mejor que aquellas personas se hubieran dedicado a otra actividad, puesto que con su estilo transmitían el facilismo traducido en dejar para mañana algo que se podía informar todavía a última hora.

Que lo sepan y lo asuman los estudiantes de periodismo.

Periodista preparado

Apegarse a una obligación.

Cada día resulta más evidente la necesidad de que los periodistas asuman los quehaceres laborales comprometidos con una condición básica: estar debidamente preparados con respecto a los temas que se deben abordar en la jornada.

La primera razón que se argumenta en favor de esta obligación, tiene que ver con el receptor de los mensajes noticiosos. El lector, auditor o televidente (en muchos casos muy preparado) exige calidad en la entrega noticiosa. Y uno de los pilares fundamentales será cómo está impregnado el reportero de lo que va a informar. Ciertamente en la radio y la televisión no siempre están en pantalla los autores de las crónicas informativas. Pero eso no los aparta de la línea general de estar empapados respecto de la temática noticiosa.

Cuando un periodista logra armonizar su trabajo, se nota de inmediato. No quedan dando vueltas algunas dudas. Por el contrario, el haber sabido reportear bien, le garantiza haber reunido todos los datos necesarios para configurar una nota periodística redonda y que el receptor va a valorar y va a agradecer.

Siempre habrá tiempo y espacio para que los periodistas, no por halago personal, sino pensando en el destinatario de los mensajes noticiosos, incorporen los aportes especiales o adicionales, que ayudan a enriquecer una crónica informativa. Estos suplementos, generalmente, son parte del conocimiento amplio que el periodista ha ido generándose a través de la lectura, de diarios, de libros, de documentos, en fin, de materiales que ha estimado apropiados y necesarios de tener almacenados para “engordar su background”.

Los “coleguitas” que han elegido el camino fácil, ese que significa cumplir con lo justo cada día, están lejos de llegar a ser reconocidos como buenos periodistas.

La competencia se hace cada día más férrea y de esa tenaz rivalidad saldrá mejor evaluado quien ha estado de manera sostenida ampliando su horizonte de conocimientos generales. Todo ello puede ser volcado, con frecuencia, en la preparación de sus notas informativas. Por cierto que esta

idea estará condicionada al tiempo y espacio disponibles, aunque el periodista interiorizado de este concepto, no perderá nunca la oportunidad de poner una pizca de “**Efecto Vitamina**”, para que los que vean su producción tengan un elemento diferenciador.

En diversos manuales de estilo, se describen algunas características que deben poseer los reporteros y que están en clara consonancia con los positivos resultados que puedan lograr.

No entraré en competencia con otros colegas para proponer una larga lista de atributos. Me hago parte sí de lo mencionado por el periodista mexicano Carlos Marín⁹, quien describe una gran virtud, y que es imprescindible en un periodista. A esa cualidad la llama *dignidad profesional*.

Se trata, plantea Marín, de un valor que implica autonomía moral no solo frente a los sujetos y asuntos que trata el periodista para obtener información, sino también frente a sus colegas de “fuente” de otros medios y aun de su mismo trabajo y ante funcionarios de instituciones públicas o privadas.

Agrega el periodista Carlos Marín “sin que pretenda contravenir las políticas de la empresa en que trabaja, el reportero debe preservar su dignidad por encima de cualquier otra consideración. Esto se logra cuidando el cumplimiento cabal de su trabajo como periodista y, si no se le permite, debe renunciar. Un reportero servil y oportunista es tan vulnerable como el déspota o prepotente. De la dignidad profesional dependen la conducta laboral del reportero y la limpieza y claridad de sus escritos”.

⁹ Carlos Marín, periodista mexicano

Fórmula RES

Apoyo al reportero.

Cuando hablamos de reporteo, suponemos que hay detrás una cierta planificación. El salir en busca de datos noticiosos implica una cadena normada. Esa búsqueda tiene, en términos generales, un principio, un desarrollo y un fin, que el reportero logra manejar sin mayores sobresaltos.

Pero, ¿es siempre así? O ¿Pueden surgir imprevistos?

Y si hay imprevistos, ¿Cómo los soluciona el reportero?

Podemos comentar decenas de casos, pero ¿estamos seguros que en algún momento el reporteo falle y se pierda la opción de obtener buenos datos de un hecho determinado?

Las salidas a terreno de los periodistas pueden ser similar cada día, pero cada cual tendrá sus pequeñas diferencias y particularidades que las hacen únicas. Por lo tanto, el reportero se puede encontrar en situaciones no previstas y que debe solucionar.

Los estudiosos de estas materias han propuesto una fórmula simple, pero efectiva para poder salir airosos de situaciones adversas. Han creado lo que se llama "**fórmula RES**"^{10(*)} .

Se trata de una fórmula aplicable en todas las situaciones imprevistas en las que nos podamos encontrar, tanto en lo personal, pero sobre todo en lo profesional.

¿En qué consiste la llamada fórmula RES?

Simple, sencilla y comprensible para todo el mundo:

- R** Respeto
- E** Educación (Cortesía)
- S** Sentido común

¹⁰ (*) *Protocolo.org, Cronis OnLine.*

Aunque parezca simple, en estos tres conceptos se guarda la esencia fundamental para desenvolverse en una sociedad, que de pronto se pone algo complicada.

Respeto:

Consideración sobre la excelencia de alguna persona o cosa. Miramiento, atención, deferencia. Es fundamental para quienes hemos elegido esta profesión, ser respetuoso con otras personas, otras costumbres, otras religiones, otras culturas. Una de las bases fundamentales de toda sociedad es el **Respeto**.

Sin respeto, no hay cordialidad en la convivencia, y puede dar lugar a importantes conflictos. Además, si no respetamos, corremos el riesgo de no ser respetados. Un periodista que no es respetado por las audiencias, es una persona empobrecida desde el punto de vista valórico.

Educación:

Doctrina dada a los niños y jóvenes. El desarrollo o perfeccionamiento de las facultades y aptitudes para su perfecta formación adulta.

La educación vista de manera específica en los buenos usos de urbanidad y cortesía. Y es que son dos armas fundamentales de toda sociedad. Es importante señalar que la educación no es un tema exclusivo de la escuela, el instituto o la universidad. Se educa todos los días y en todo momento.

Desde pequeños "absorbemos" como esponjas todo lo que hay a nuestro alrededor. Por eso el buen ejemplo debe ser una constante en nuestra vida.

Sentido común:

Aunque podríamos decir jocosamente que es el "menos común de los sentidos", es vital para actuar de forma correcta. Aunque con el tiempo se aprende, no está en los libros o no es una materia que se pueda aprender tan fácilmente.

El sentido común es la facultad para dirimir cómo actuar ante determinadas situaciones. Y, por supuesto, tratando de hacerlo lo mejor posible para ese determinado momento.

Nadie nos puede decir cómo actuar ante situaciones imprevistas, pero la **experiencia** será un buen ayudante. La experiencia unida a una pizca de ingenio, nos puede ayudar a salir airosos de la mayor parte de situaciones engorrosas, que se nos puedan presentar.

Viejos periodistas tienen un “cargamento” de historias en que, gracias al sentido común, lograron superar a ciertas “fuentes informativas”.

El sentido común es un rápido análisis que necesita una respuesta. Una característica fundamental del sentido común, es que se presenta como un producto socialmente elaborado en el tiempo, fruto de la experimentación de los individuos en interacción.

El sentido común no es a priori, tampoco se da por generación espontánea. Se tienen en cuenta todos los parámetros o variables del entorno, y una vez recopilados, mezclados y evaluados, se analizan y obtenemos una o varias conclusiones/respuestas que podemos aplicar. La que consideremos más correcta, es la que debemos utilizar.

Ejemplos:

(1)

Soy periodista y casi siempre ando con una cámara fotográfica a cuestas. De pronto un incendio. ¿Qué hago?

- * Tomo fotos
- * Llamo a los bomberos
- * Busco una manguera y ayudo a apagar el fuego

(2)

La persona está delicada de salud y su estómago está muy sensible. En el encuentro con un par de amigos, le ofrecen un choripán o un trozo de pollo cocido. ¿Qué elije, según el sentido común?

(3)

Está desesperado porque hace dos meses quedó sin trabajo. Un amigo le propone una “pega”, desde la semana venidera. Simultáneamente otro amigo le sugiere dar un pequeño “golpe” en la farmacia de la esquina, esa misma noche. ¿Qué indica el sentido común?

El sentido común, en definitiva, es lo que la gente piensa a nivel general sobre un tema en particular. Es un acuerdo natural de las personas sobre algo. Se entiende como una creencia que la gente considera prudente sobre un tema o situación, sin necesidad de que esa información esté comprobada científicamente.

En definitiva, el sentido común apela a la mutua benevolencia, a la consideración y al grado de civilización de los que intervienen en una actividad cubierta por el periodismo.

En suma, la fórmula RES debe ser del dominio de un periodista. Es una opción valedera para salir adelante en casos imprevistos. Un periodista preparado (como se vio en el capítulo anterior) no solo es conocedor de los temas que debe reportear en la jornada. También debe estar provisto de elementos que lo ayuden a superar algunas instancias complicadas. Ahí está la fórmula RES.

Entusiasmo profesional

Estímulo a la preparación.

En estos tiempos de constantes noticias negativas, cada uno de nosotros está pasando por desafíos personales y profesionales intensos, con mayores o menores dificultades.

¿Hay alguien que no tenga ninguna dificultad, cero problemas?

No es raro encontrarnos reflexionando y diciendo “hago lo posible para salir adelante y hacer mi aporte, ¿pero de dónde sigo sacando las ganas, parece que casi todo va para atrás?”

Necesitamos motivarnos y entusiasmarnos para lograr avanzar y superar aquellos momentos de incertidumbre.

Pero, ¿qué es el entusiasmo?

La palabra entusiasmo proviene del griego y significa *tener un Dios dentro de sí*.

La persona entusiasta es aquella que:

*Cree en su capacidad de transformar las cosas,

*Cree en sí misma

*Cree en los demás

*Cree en la fuerza que tiene para transformar el mundo y su propia realidad.

El entusiasmo es lo que da una nueva visión de la vida.

Entusiasmo es distinto del optimismo. Mucha gente confunde el optimismo con el entusiasmo.

Optimismo significa creer que algo favorable va ocurrir, inclusive anhelar que ello ocurra. Es ver el lado positivo de las cosas, es una postura amable ante los hechos que ocurren. Hay quienes estimulan este aspecto mirando hacia el cielo, Creen en una divinidad.

En cambio, el entusiasmo es acción y transformación, es la reconciliación entre uno mismo y los hechos, las cosas.

Muchos psicólogos aseguran que:

Sólo hay una manera de ser entusiasta: actuando **entusiasmadamente**.

Si las condiciones ideales están primero, para luego entusiasmarnos, jamás nos entusiasmáramos por algo, pues siempre tendríamos razones para no entusiasmarnos.

No son "las cosas que van bien" lo que trae entusiasmo, es el entusiasmo que nos hace hacer bien las cosas.

Hay personas que se quedan esperando que las condiciones mejoren, que llegue el éxito, que mejore su trabajo, que mejore su relación de pareja o de familia para luego entusiasmarse.

¿Están en lo correcto esas personas?

Si creemos que es imposible entusiasmarlos por las condiciones actuales en que vivimos, lo más probable será que jamás saldremos de esa situación.

Es necesario creer en uno mismo, en la capacidad de hacer, de transformarse y transformar la realidad que nos rodea.

Para un periodista es tremendamente aconsejable el poder asumir el entusiasmo como un compromiso ligado a su actividad.

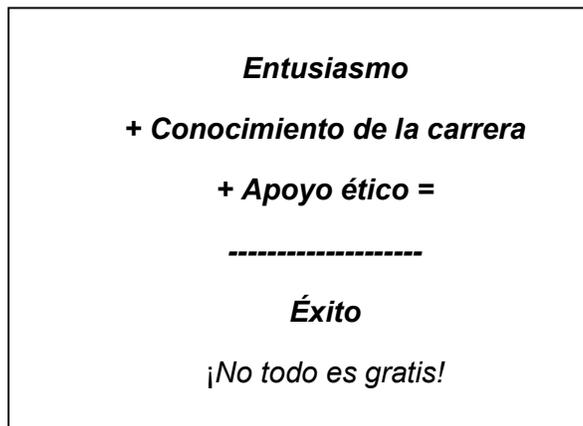
Es preciso *dejar de lado toda la negatividad, dejar de lado todo el escepticismo*, dejar de ser incrédulo y ser entusiasta con la vida, con quienes nos rodean y con uno mismo.

“Ten siempre una causa noble si quieres conservar el entusiasmo”., decía Doménico Cieri Estrada.

¿A un profesional, como a un periodista, le basta tener entusiasmo para poder triunfar en la actividad que ha elegido?

Debemos puntualizar qué aspectos son necesarios para ser complementados con el entusiasmo profesional.

El hombre (y la mujer) que conoce la carrera que ha elegido, y ayudado por una buena formación ética, está llamado(a) a triunfar en el desempeño de sus actividades.



Muchos profesionales llevan sobre sus hombros el peso de claros deberes y de hondas responsabilidades, que podrán vencer si ponen sus conocimientos al servicio de una conciencia fina y delicada.

Todo periodista está obligado a amar la verdad, a dedicarse plenamente al desarrollo de su actividad y a practicar el bien en todas sus direcciones.

El primer deber de la persona que se prepara es ponerse en condición de ejercer su profesión... y eso se logra cultivando la mente con el estudio de lo que se necesita saber y tonificando su voluntad con todos los motivos del bien obrar.

Una sólida preparación técnica y lucir excelentes cualidades personales, son requisitos indispensables para realizar un trabajo de primera calidad.

El profesional - hombre o mujer- debe ser de conciencia, capaz de amar el cumplimiento del deber por encima de las garantías materiales, ventajas o provechos personales.

Está en la obligación de hacerse de una buena conciencia, educándola en los sanos principios morales, trabajando por conservar su rectitud.

Todo el que tiene sentido de su dignidad profesional, debe empezar por respetarse a sí mismo...y esto se puede lograr al no ofrecer nunca, ni en su vida privada, ni en su vida profesional, ni en su vida pública ciudadana, **motivo de escándalo.**

El entusiasmo profesional es, entonces, un signo evidente de compromiso ético con el desempeño profesional.

El entusiasmo profesional no puede prescindir de otros valores, que son necesarios en la vida de toda persona, que está al servicio de una determinada actividad:

- * Honestidad
- * Estudio
- * Independencia
- * Carácter

- * Cortesía
- * Investigación
- * Equidad en el cobro de honorarios
- * Prestigio de la profesión
- * Puntualidad

En suma, el profesional periodista debe mantener a raya sus pasiones y ser un ejemplo vivo de buen comportamiento, uno que sea verdaderamente ético.

Un aliado infaltable

Las fuentes informativas, siempre presentes.

Todas las virtudes que puede llegar a tener un reportero, no son suficientes como para llevar a cabo un trabajo “redondo” si es que no tiene fuentes informativas oportunas, claras e incondicionales.

Los periodistas no pueden estar, sino excepcionalmente, en el sitio del suceso, en el lugar de la noticia, donde ocurrió un hecho destacado. Esta es la principal razón por la que, en algún momento, surge la figura de la *fente informativa*.

En el capítulo ***Tarea prioritaria*** se señala que la búsqueda de la verdad está en el objetivo central de los reporteros, cada vez que salen en busca de los datos que puedan configurar un hecho noticioso.

Bien se ha dicho que los periodistas, en la mayor parte de las situaciones noticiosas, no han estado presentes cuando se produjo. Es ahí donde está la clave de la importancia de las fuentes informativas. Ellas ayudarán a los reporteros a “reconstituir” lo ocurrido y permitir de ese modo que se pueda diseñar un relato noticioso lo más apegado a lo ocurrido (la vedad).

En esta etapa, el periodista debe actuar con mucha frialdad, aunque, claro, **hay circunstancias con ribetes dramáticos que, en muchos casos, alcanzan a los** propios reporteros, disminuyéndose en ellos su capacidad

objetiva y analítica, con riesgo de que la auténtica verdad no llegue a conocerse de modo inmediato.

La aspiración ideal de reportear todo a base de la más estricta verdad, se queda en muchos casos con la pretensión de reportear **lo más posible cercano a la verdad**. En este objetivo lo que digan las fuentes informativas será el material básico del reportero. Y su capacidad de auscultar cuan fidedigno pueden ser los relatos de las personas, será sustancial para un mejor y fidedigno trabajo.

La recomendación de no quedarse solo con una impresión, siempre será una guía orientadora para los reporteros, especialmente cuando descubra dudas, inexactitudes o reiteraciones inapropiadas de alguna de sus fuentes informativas.

Una definición de fuente informativa sacada del diccionario:
“Persona(s) o instituciones que proveen antecedentes sobre determinadas situaciones y que permiten a los periodistas aproximarse a la verdad de lo ocurrido”.

Clasificación tradicional:

- a) Oficiales
- b) No oficiales o informales
- c) Documentales
- d) “Dateros”

a) Fuentes informativas Oficiales:

Están representadas por la autoridad tanto política, como administrativa, judicial, parlamentaria, gremial, religiosa, económica, en fin, por toda persona que se sienta con poder.

Las fuentes informativas oficiales han sido históricamente las más requeridas por los periodistas. Ellas tienen “la palabra oficial y final”. Por eso es que tienden a ser más creíbles.

b) Fuentes informativas no oficiales:

Son aquellas personas o grupos de personas que no tienen representación formal u oficial dentro de la comunidad, pero que igualmente son capaces de aportar datos sobre ciertos hechos.

Este tipo de fuentes informativas son las menos consultadas por los medios. Históricamente han sido dejadas de lado, como si sus “verdades” fueran puestas en tela de juicio de manera permanente, aunque de modo tácito.

c) Fuentes documentales:

Están representadas por todo tipo de archivos (de los diarios o una biblioteca, son buenos ejemplos) y documentos que puedan contribuir a enriquecer un texto informativo.

Este tipo de fuentes informativas no es habitualmente utilizada por los periodistas para la labor cotidiana. Sí se emplean cuando se preparan reportajes o crónicas ampliadas sobre determinados temas.

d) “Dateros”:

Se trata de personas que tienen cierto grado de amistad con determinados periodistas, a los cuales traspasan antecedentes sobre situaciones poco conocidas y que el reportero debe necesariamente confirmar.

Los “Dateros” constituyen una red de informantes que cada periodista debería tener como un punto de apoyo valioso. Se trata de que el reportero se relacione con personas sin poder oficial, pero con mucho conocimiento, por ejemplo, de su lugar de trabajo.

Relación cada vez más fluida

Aparentemente no es difícil establecer una adecuada relación con la fuente informativa. Sin embargo, el reportero nunca debe perder de vista que un contacto superficial con sus fuentes no será provechoso para ninguna de las dos partes.

El trabajo del reportero con respecto a las fuentes debe ser metódico, tesonero, acucioso, persistente, como el de un investigador, de todos los días y “comprometido sin compromiso”.

El reportero debe entender que acudir todos los días a determinadas reparticiones, donde es un extraño, puede provocar rechazo. Necesita, por lo tanto, ganarse primero la confianza de las personas, a las que, al cabo de un breve tiempo, llamará “dateros”.

La experiencia indica que el reportero debe tratar de lograr y consolidar con las fuentes informativas cuatro aspectos que le darán a la relación madurez y se prolongarán seriamente en el tiempo:

Confianza-Respeto-Amistad-Credibilidad

a) Confianza:

Todo reportero que refleja de palabra y con hechos sus convicciones, que muestra principios sólidos, que demuestra interés por el área asignada, se gana la confianza de sus fuentes.

b) Respeto:

Si el reportero parte por respetarse a sí mismo, con su presencia, lenguaje, gestos, actitudes; si sabe adaptarse a las diferentes circunstancias, si no hace comentarios impertinentes sobre su trabajo, se ganará el respeto de las fuentes.

c) Amistad:

Si el reportero no abandona nunca sus fuentes y aunque sea por teléfono está todos los días averiguando qué pasa, si logra identificarse con el sector con el mayor conocimiento posible, ganará amistad de modo natural. Cuando este concepto se expresa del mejor modo, nunca habrá presiones para el periodista para que, por ejemplo, deje sin reportear un asunto turbio ocurrido en ese lugar.

d) Credibilidad:

Si el reportero muestra diplomacia que no es confundida con debilidad, si sabe escuchar, si sabe usar la curiosidad con discreción y si confirma cada día que su mayor afán es el noticioso, será retribuido por la fuente con credibilidad.

Otras formalidades:

- a) Un periodista no puede tener temor a criticar a un determinado sector, que le toca cubrir con frecuencia, especialmente cuando tiene sólidos fundamentos.
- b) Debe ser objetivo con sus fuentes.
- c) Nunca debe olvidar al medio que representa y, sobre todo, a los destinatarios de los mensajes periodísticos, a quienes debe la primera lealtad.
- d) El trato cortés es una ventaja para el reportero. Es pertinente escucharle decir “gracias”, “por favor” o “lo siento”. Son expresiones que representan una natural buena educación.

(Hay periodistas prepotentes o arrogantes que le hacen un flaco favor al medio que representan y, por cierto, a la profesión misma).

- e) La presentación personal del reportero debe estar acorde con las circunstancias. En lo posible siempre sobrio; elegante si puede. Debe saber adaptarse a las distintas situaciones que pueda vivir en una jornada.
- f) Debe ser puntual, no faltar a las citas o dar las explicaciones correspondientes cuando ha habido fuerza mayor.

Son normas vitales.

- g) Debe mantener la palabra comprometida. El periodista es una persona de honor. No se publica una noticia antes de la fecha acordada; se respetan los embargos.

Otras lealtades con las fuentes

* El reportero debe “limpiar” el vocabulario usado por la fuente, de manera que aparezca como una persona normal, esto es que no use de mal modo las palabras o que se apoye en groserías.

(En el caso de los medios audiovisuales y cuando se hacen entrevistas en directo, es poco probable que el periodista pueda proteger a una fuente desmedida en su lenguaje).

- * Cuando se trata de una entrevista acerca de un tema determinado, es propio que el periodista anticipe a la fuente la materia a tratar. Es poco ético andar sorprendiendo o “pillando” a las personas.
- * El periodista debe alertar a la fuente cuando, por ser muy diligente, pudiera estar sobrepasando sus atribuciones y querer dar antecedentes que, en rigor, le compete entregar a un superior

Fuentes Informativas vs. Exactitud

Cuando un reportero se pregunta ¿cuál es la mejor fuente informativa? una fórmula para responder es acudir al concepto de exactitud.

La experiencia periodística indica que las fuentes informativas fallan en la entrega de los datos y eso afecta la exactitud que más tarde puede tener el reportero al estructurar el mensaje informativo.

Las fuentes fallan en la entrega de los datos porque no tienen todos los antecedentes o porque, a veces, deciden no entregarlos todos, lo que equivale a que la información que pueda brindar el periodista quede trunca, sobre todo si el profesional se queda con una sola versión.

La exactitud de la información es uno de los valores máspreciados de parte de los receptores de los mensajes periodísticos: lectores, auditores, televidentes.

Para todo reportero la búsqueda de datos certeros que lo conduzcan a elaborar un párrafo informativo con plena exactitud, debe ser la base de su trabajo cotidiano.

Por exactitud debe entenderse no sólo la precisión particular de los datos, sino también la impresión general que se provoca con un determinado párrafo informativo. Es decir, con la manera de ordenar los datos y el énfasis puesto en cada uno de ellos.

La exactitud es sinónimo de credibilidad. Todo reportero que contribuye así al trabajo cotidiano, está dándole crédito a su medio.

La inexactitud es un descrédito. No es propio de profesionales caer en ese tipo de equivocaciones. Refleja escaso rigor periodístico. Cuando la

inexactitud es reiterada, se deduce falta de vocación, de compromiso, de relajamiento.

La inexactitud está reflejada en cifras erradas, en nombres cambiados, en fechas equivocadas, en usar generalidades. Y esto no siempre es porque las fuentes informativas no estuvieron acertadas.



La Cartilla de Estilo

Un soporte de gran valor

La Cartilla de Estilo la poseen todos aquellos medios de comunicación que se precian de salvaguardar la presentación de sus mensajes periodísticos y ofrecerlos lo más depuradamente posibles ante las audiencias.

Esto se traduce en informar con la mayor rigurosidad, una característica profesional que se debe cultivar desde que el periodista se empieza a moldear.

Aunque de preferencia la Cartilla de Estilo es propia de los medios impresos, no es difícil encontrarse con radioemisoras o canales de televisión apoyados en una normativa de este tipo.

Como lo sostiene el periodista de origen cubano Carlos Castañeda ***“la palabra impresa por sobre la palabra hablada y la profusión de imágenes, todavía tiene el poder de suscitar la reflexión, el debate y estimular la acción. La lectura permite abordar la comprensión y el significado de los hechos, concretarlos, discernirlos en el tiempo y en el espacio. El comentario de un periodista brillante de la televisión o la mesa redonda donde participan hombres inteligentes podrán ser sugerentes, ilustrativos, informativos y, por sobre todo, entretenidos, pero de ninguna manera podrá sustituir un análisis noticioso abundante en datos digeridos, bien escrito, que puede ofrecer el periódico, que puede leerse y releerse, guardarse, recortarse en cualquier momento .Y más allá del vínculo fisiológico ojo-cerebro, hay un hábito cultural entre la palabra impresa y el conocimiento que no puede desaparecer de la noche a la mañana”***.

Una de las razones que fundamenta la credibilidad y, especialmente, la confiabilidad que se crea en torno a un medio impreso, deriva de la calidad del producto. *Esa calidad está marcada de manera muy asertiva en la **precisión** de los conceptos y en la **concisión** de las ideas.*

La Cartilla de Estilo tiene su más poderosa razón de ser, en el **“querer mejor hacer”**. Y ese es un objetivo fundamental de los medios informativos y de modo especial de aquellos que van registrando la palabra en el papel.

(Para los efectos del trabajo académico, el lector está representado por el docente que haya encargado un trabajo práctico; el reportero está representado por el alumno).

La Cartilla de Estilo es, entonces, el eje regulador de todo el proceso productivo de un medio de comunicación.

En los medios informativos se atribuye enorme valor a la Sección Corrección de Pruebas y es que se trata de una especie de válvula de seguridad para redactores y editores.

En el caso de la convivencia académica dentro de las aulas, es el propio alumno (reportero) quien debe asumir la condición de corrector de prueba. Es decir, revisar tantas veces como sea necesario sus originales de modo de evitar que se filtren errores de redacción (falta de tildes, sinónimos inadecuados) o de tipeo (palabras incompletas). *Sólo cuando se está seguro de que el trabajo está “limpio” podrá ser entregado al profesor.*

Muchos periodistas justifican sus errores basados en la idea de que informar con oportunidad implica rapidez y eso conlleva la clara posibilidad de equivocación al momento de redactar.

Tal vez esta figura pueda hallar respaldo cuando se trata del desempeño radial o televisivo. Ciertamente que la instantaneidad que caracteriza a esos medios, sobre todo a la radiotelefonía, pudiera ser un escollo para el “escribir bien”.

(Total, los libretos no los ve ni el auditor ni el televidente).

Aquella situación no es análoga en el caso del medio impreso, donde los reporteros tienen más tiempo para preparar sus textos informativos; pueden acudir al diccionario. También están en condiciones de confirmar la grafía de ciertos términos técnicos apelando a la buena voluntad de las propias fuentes informativas consultadas.

De la buena redacción y uso correcto de las palabras, hay antecedentes históricos muy reveladores. Ya lo dijo Confucio, cuando sus discípulos le preguntaron que por dónde empezaría si de gobernar un país se tratara.

Confucio les respondió: ***“Yo quisiera mejorar el lenguaje”.***

Asombrados, sus discípulos le dijeron que esa respuesta nada tenía que ver con su pregunta. ¿Qué significaba mejorar el lenguaje? Y entonces Confucio aclaró: **"Si el lenguaje carece de precisión, lo que se dice no es lo que se piensa. Si lo que se dice no es lo que se piensa, entonces no hay obras verdaderas... Y si no hay obras verdaderas, entonces no florecen el arte ni la moral. Si no florecen el arte y la moral, entonces no existe la justicia... Si no existe la justicia, entonces la nación no sabrá cuál es la ruta: será una nave en llamas y a la deriva. Por esto, no se permitan la arbitrariedad con las palabras. Si se trata de gobernar una nación, lo más importante es la precisión del lenguaje".**

Tal cual. Desde los tiempos de Confucio ya había notoria preocupación por el lenguaje y por el uso correcto de las palabras.

Hoy se observa cierta ligereza en el vocabulario, sobre todo de los jóvenes.

*Sin embargo, hay profesionales a los que no se les perdonan errores en este sentido. **Son los periodistas. Y es que son los encargados de darle fluidez a los textos noticiosos.***

Aportes de las cartillas de estilo

Son estupendos ejemplos.

Muchos manuales de estilo, en el mundo entero, reseñan cómo deben actuar los periodistas frente a las fuentes informativas.

En varios casos existe unanimidad en relación a ciertos aspectos que los periodistas no deben olvidar.

Como norma general, las audiencias deben conocer la fuente de la que se obtuvo la información. Ello le ayudará a evaluar su credibilidad, así como a formarse un criterio propio sobre el origen de la noticia.

"Las informaciones de que puede disponer un periódico solo se obtienen por dos vías: la presencia en el lugar de los hechos o la narración por una tercera persona. El lector tiene el derecho a conocer cuál de las dos posibilidades se corresponde con la noticia que está leyendo. Para ello se citará siempre una fuente, cuando el periodista no

haya estado presente en la acción que transmite. Si la información procede de una sola persona, se hablará de fuente en singular. La atribución de la noticia a una fuente o fuentes, no exime al periodista de la responsabilidad de haberla escrito”. (Libro de Estilo de El Comercio, de Lima).

“Hay que evitar el recurso de disimular como fuentes informativas (“según los observadores”...”a juicio de analistas políticos”...) aquellas que sólo aportan opiniones. En ese supuesto deberá identificarse a la persona consultada”. (Manual de Estilo de El País, de Madrid).

Algunas recomendaciones prácticas:

1) *Deben revelarse sus identidades, salvo que se haya pactado con ellas la reserva de sus nombres para proteger su vida o su trabajo.* Fuera de esos casos excepcionales, la regla general es que la audiencia debe saber de dónde procede la información que le ofrece el periodista. Esta acción del reportero le da mayor credibilidad a la información.

2) *El periodista debe comprobar lo que la fuente le informa.* Es parte importante de su trabajo garantizarle al lector, auditor o televidente, que todos los datos han sido comprobados.

Es norma del buen periodismo, la de utilizar fuentes plurales y diversas, que permitan confrontar los distintos puntos de vista.

Es una mala práctica la de transcribir sin más las opiniones de una sola fuente, o de fuentes que tienen el mismo punto de vista.

La experiencia muestra que toda fuente puede llegar a mentir o a equivocarse, salvo que uno demuestre lo contrario.

Tal acto puede llegar a ser ilícito, si acaso la fuente miente deliberadamente.

3) *Fuentes no son solo las personas que hablan con y para el periodista.*

También son fuentes los documentos escritos, las fotografías, los videos, los recortes de prensa y hasta las letras de las canciones.

Las fuentes son, esencialmente, ayudas o apoyos de que se vale el periodista para llegar a la verdad de algo o de alguien.

Por lo tanto, no son el objetivo final de una información periodística, sino medios que son importantes en cuanto aportan elementos para llegar a la verdad de lo ocurrido.

Sus datos, sin embargo, deben ser sometidos a comprobación, especialmente si se trata de fuentes poco conocidas o que hayan despertado, en el reportero, dudas sobre su credibilidad.

En los temas en que haya posiciones contrapuestas, el reportero recogerá en sus apuntes o grabaciones de todas las disidencias, a fin de ofrecer a la audiencia una cobertura completa del asunto.

La opinión propia del medio sobre el tema, debería ser tratada en la página Editorial. De este modo el lector podrá tener un conocimiento completo de lo que arguyen las partes enfrentadas, con relación a un suceso.

En este aspecto es pertinente observar cómo tradicionales medios informativos se apoyan en sus cartillas de estilo para dejar sentado un cierto criterio. **“The Washington Post se compromete a revelar las fuentes de todas las informaciones cuando sea claramente posible.**

Si aceptamos resguardar la identidad de una fuente, esa identidad no debe ser revelada a nadie fuera del diario The Washington Post.

Antes de aceptar cualquier información sin una completa atribución, los redactores deben hacer todo el esfuerzo razonable para que conste.

En caso de que no sea posible, los redactores deben considerar la posibilidad de buscar la información en otra parte.

Si eso eventualmente tampoco es posible, los redactores deben pedir que conste una razón para mantener secreta la identidad de la fuente, y deberían incluir esa razón en su crónica.

En todo caso, alguna forma de identificación casi siempre es posible". (Del Código de conducta de *The Washington Post*).



Lealtades del periodista

Una obligación básica.

Este tema es sumamente importante en el trabajo cotidiano de los reporteros. A continuación el periodista mexicano Carlos Alberto Martínez (¹¹), hace una clara y maciza exposición:

Un periodista, ¿a quién le debe lealtad? ¿A la empresa que le paga? ¿Al gobierno de su país? ¿A los anunciantes que con su dinero sostienen la empresa? ¿A los televidentes que solo oyen y ven?

Antes de definir sus lealtades, hay que entender la naturaleza del trabajo del periodista.

El periodista es, ante todo, un servidor público; esa condición es la que le da dignidad y peso moral a su trabajo, y la que hace del medio de comunicación una empresa diferente.

Al prestar el servicio de información, el periodista maneja un bien público: la información. Esta es la materia prima de la empresa periodística que, al contrario de lo que sucede en las otras empresas, no es propiedad del empresario sino del público.

Ese público que lee, ve y oye las noticias es el dueño de la materia prima porque él la hace. Las noticias, en efecto, están hechas con la historia que el público crea a diario. Por tanto, es a él a quien debe dar cuenta el periodista. Es el público quien debe conocer esa historia para seguirla construyendo o para corregirla, si es el caso. Esto ocurre cuando los gobernantes se equivocan o atentan contra el bien público. De ahí el poder y deber fiscalizador de la ciudadanía, que se cumple si dispone de una buena información.

La máxima lealtad del periodista se debe, por tanto, al ciudadano. Cuando el gobierno, o la empresa periodística, o los anunciantes pretenden que el periodista los tenga en cuenta en primer lugar, no solo se equivocan, también usurpan un lugar que no es el suyo.

¹¹ *Carlos Alberto Martínez, periodista mexicano.*

Es al ciudadano a quien el periodista debe su información en primer lugar. Cuando esto sucede la democracia es sana y fuerte, porque se apoya en la ciudadanía. Cuando no es así, aparece la tiranía que reduce al ciudadano a la categoría de súbdito que solo acata, pero no razona, ni se informa, ni tiene su propio punto de vista.

Lealtades en competencia; Intereses en Conflicto

Tema de análisis eterno.

“Docenas de ocasiones, cada año, recibo una llamada o un e-mail de un periodista o un líder de una redacción quien está luchando con un asunto que involucra posible conflicto de interés. Aquello es uno de los más comunes desafíos éticos en nuestra profesión”.

A veces, esos asuntos son de alto perfil. El *public editor* del *New York Times*, Clark Hoyt, escribió sobre la intersección de vidas públicas y privadas en su columna número 20, publicada en enero de 2008.

Él planteó esta intrigante pregunta: ¿Qué haces cuando la pareja de un periodista es también un personaje de noticia? y se enfocó en la reportera de su periódico que cubre la Corte Suprema de Estados Unidos, Linda Greenhouse, y la relación de su trabajo con el de su esposo, un experto en leyes militares.

Hoyt me entrevistó para su columna, y pensando sobre el caso Greenhouse yo escribí algunas ideas generales que aplican a todos los periodistas y organizaciones de noticias, no solo a las superestrellas. Me enfoqué en lealtades, la raíz de relaciones y el potencial desencadenador de los conflictos.

Todos los periodistas tienen lealtades en competencia. Aquellas son interrelaciones de sus roles profesionales y sus vidas personales. Relaciones con familia o amigos muy cercanos pueden llevar a promesas hechas, secretos guardados y obligaciones efectuadas. Esas entendibles e inescapables lealtades personales pueden, sin embargo, crear tensión con los deberes y responsabilidades éticas de un periodista.

Los periodistas tienen el único y esencial rol de buscar la verdad y reportarla lo más completamente posible. Ese deber primario es en parte

construido sobre el principio de independencia. Los periodistas no deben permitir que excesiva influencia de otros o de su propio interés erosione la independencia que podría, al ser trastocada, corroer la integridad del periodismo.

Conflictos de interés pueden socavar la independencia. Periodistas y sus organizaciones de noticias deben constantemente manejar lealtades en competencia para estar seguros de que ellos no estarán envueltos en problemáticos conflictos de interés.

Manejar lealtades en competencia significa anticipar, identificar y direccionar los puntos de tensión, de forma que los baches de rutina no se conviertan en enormes dificultades. Los periodistas y sus supervisores pueden considerar un rango de alternativas al manejar las lealtades en competencia.

Es siempre importante anticipar y reconocer las potenciales intersecciones de lo profesional y lo personal, y asegurarse de que la integridad del periodismo no sea adversamente impactada. Ello requiere continuas discusiones, preguntas verificadoras y sonados chequeos en el proceso de edición con el fin de sacar a la superficie cualquier preocupación.

Así, ¿cuál es el remedio cuando lealtades en competencia no pueden ser manejadas y un conflicto de interés es evidente? En algunos casos, puede ser necesario para el periodista el excusarse a sí mismo de ciertas notas periodísticas donde las lealtades personales y las profesionales se entremezclan. Pasar una particular historia a un colega.

En algunos casos, puede ser necesario para un periodista el cambiar sus asignaciones de reporteo o lograr estar completamente separado de cualquier cobertura de alguien con quien el periodista tiene una significativa lealtad en competencia.

El dar a conocer descubre y destella luz. Pero esta forma de transparencia debe ser acompañada de responsabilidad. El periodista y la organización de noticias deben comprometerse a un continuo proceso de examinación y vigilancia para asegurarse de que una manejable lealtad en competencia no se convierta en un problemático conflicto de interés.

Asignación de fuentes

Una medida muy adecuada.

En los departamentos de prensa de los medios de comunicación se ha hecho una sana costumbre asignar determinadas áreas noticiosas, de manera permanente, a quienes forman parte del equipo periodístico. El que los reporteros acudan de modo cotidiano a las fuentes asignadas, le otorga un plus que sólo los propios reporteros son capaces de dimensionar.

La permanencia en determinados lugares noticiosos, implica necesariamente un conocimiento cada vez mayor de lo que representan esos lugares, pero, por sobre todo, el conocer a las personas que allí se desempeñan.

Alguna vez, en ciertos medios informativos, se puso en vigencia aquello de las fuentes rotativas. Esto significaba que los periodistas cambiaban, de manera frecuente, los lugares a donde debían ir a reportear. Los partidarios de esta fórmula estimaban que la rotación de fuentes impedía que surgiera entre reporteros y fuentes informativas algo más que la relación profesional. Se argumentaba que la permanencia durante un largo tiempo de un reportero en una misma fuente noticiosa terminaba por anular el sentido crítico del periodista. Se encariñaba con las personas con las que trabajaba en el día a día y hasta era posible que omitiera situaciones negativas, aunque tuvieran connotación pública y fuera en detrimento de personas ajenas a esa unidad, que podría ser un servicio público.

La rotación frecuente de las fuentes informativas limitaba, por supuesto, el surgimiento de afectos mutuos entre el periodista y quienes eran voceros de aquellas fuentes. Estaban en razón aquellos directivos periodísticos que impulsaban tal estrategia laboral.

El grave perjuicio de ese estilo es que los reporteros no lograban alcanzar un conocimiento pleno de lo que significaba la fuente informativa asignada. Estaban en lo mejor de sus afanes para adentrarse en la organización y el manejo de sus funcionarios, cuando el editor los invitaba a cambiar de fuente informativa. El que debía asumir en su reemplazo tenía que partir de cero, a menos que antes hubiera tenido la oportunidad de estar en la fuente que ahora debía cubrir.

Mientras en un sistema se iba configurando estabilidad en todo aspecto, pero fundamentalmente capacidad del reportero para entender el quehacer de su fuente, para entender decisiones y proyectar las tareas del conjunto de personas que allí se desempeñaban; en el segundo estilo todo era improvisación y, de seguro, una entrega noticiosa titubeante, imprecisa e insegura.

Visto el tema desde la perspectiva de las propias fuentes noticiosas, se generaban posiciones bastante antagónicas. Allí donde aparecían, cada corto tiempo nuevas caras, predominaba la desconfianza. El nuevo reportero, reemplazante de alguien que estuvo dos años cubriendo los hechos noticiosos de esa repartición, era visto como un visitante que pronto debía partir. Poco conocedor del ambiente laboral, debía cumplir con el ritual de posesionarse lo más rápido posible del espíritu laboral que en esa fuente informativa predominaba y adaptarse a él con prontitud. El recién llegado debía esforzarse al máximo para merecer respeto y confianza. Cuando lo estaba logrando, se producía la rotación y debía partir a otra fuente informativa. Un círculo vicioso.

Muchas evidencias de este sistema fueron apreciadas resignadamente por los receptores de los mensajes periodísticos, en los cuales había rotunda evidencia de que los reporteros carecían de datos, confundían aspectos de lo que significaba el trabajo global de la repartición y hasta se alteraban nombres y cargos de las personas que desempeñaban las tareas ejecutivas.

En cambio, en aquellas reparticiones donde el periodista era cara conocida, la confianza en su trabajo era evidente. Era como “alguien de la casa”, aunque esta consideración debía ponerse siempre en equilibrio. El periodista generaba buena onda de parte de las personas de ese lugar asignado, pero también debía, el profesional periodista, hacer notar que su papel era la de un reportero que le debía la mayor lealtad al público que seguía a su medio informativo. Debía y con frecuencia hacer notar que él no era relacionador público de esa fuente noticiosa.

Cuando se asume que un periodista debe crecer cada día en conocimientos que tengan que ver con su trabajo cotidiano, no queda dudas de que las fuentes permanentes son uno de los pilares que sustentan esa posibilidad. Este elemento puede ser básico para cuando el reportero necesite opiniones especializadas para añadir a una crónica informativa sobre una

materia candente. Conocedor de su área, sabrá con prontitud quién de sus fuentes puede cumplir con esa fisonomía

La asignación de tareas como la de realizar un reportaje sobre un determinado tema no se hace por sorteo. Se tiene en cuenta por parte del editor, la capacidad específica que cada uno de sus periodistas tiene sobre la temática

Tres buenas virtudes

Ser curioso.

¿Qué es la curiosidad? Se trata del deseo de ver, averiguar o saber de alguna cosa.

Para los periodistas, es tremendamente significativo poseer esta virtud. Ciertamente habrá, en general, retribución al deseo de saber más sobre algo que ha pasado.

El concepto puede juzgarse peyorativamente. Hay personas morbosamente curiosas. Lo que para nuestro enfoque tratamos de destacar es el sentido más positivo. Hurgar más allá de lo normal. Tener el olfato que nos ayuda a descubrir nuevos elementos.

El resultado más lógico de aquellas triviales conferencias de prensa, que significaba, al poco rato en los medios audiovisuales, un enfoque casi idéntico; y muy parecido en los medios impresos al día siguiente, no puede ser más patético.

Sin embargo, un periodista de diario, sabiendo que el asunto dado a conocer en la conferencia de prensa, ya habrá sido conocido mañana por los lectores de su diario (a través de la radio y la TV), echa a andar la curiosidad y pide, discretamente a uno de los directivos a cargo de la cita periodística, abundar en detalles sobre un determinado aspecto. Lo más probable es que logre datos adicionales. Esto le ayudará de manera especial a diferenciarse de la competencia y especialmente de los informes noticiosos dados a conocer por la radio y la televisión.

No son pocos los ejemplos de informativos radiales madrugadores que se apoyan en los diarios y destacan elementos noticiosos novedosos que sus

propios informativos no habían enfatizados, tratándose de una misma conferencia de prensa. Con esto se ratifica el esfuerzo hecho por reporteros de diarios que, apoyándose en la curiosidad, lograron avanzar respecto de una noticia que fue difundida simultáneamente para todos los medios que se hicieron presentes en aquella conferencia de prensa.

La curiosidad periodística es un arma poderosa, cuando se trata de diferenciarse de la competencia.

Es en las entrevistas donde también el público puede advertir la curiosidad de los reporteros. Hay preguntas con cierto grado de inocencia, pero que encierran mucha curiosidad. Las respuestas que vienen a continuación habrán de magnificar o no esa capacidad de los periodistas.

En este plano y para mostrar un elemento completamente opuesto a la curiosidad, se puede mencionar la horrible displicencia de algunos entrevistadores – en directo por la radio o la televisión- que no escuchan con la debida atención las respuestas de sus invitados. Entonces, queda en evidencia el desenfado. Hacen una pregunta que ya fue respondida. Para suerte de esos mañosos periodistas, hay entrevistados que se dan el trabajo de enhebrar nuevas respuestas y no darle mayor importancia a la falta de respeto del “profesional” periodista.

La curiosidad, es bueno reiterarlo, es más bienvenida cuando se está en terreno. Allí, donde el reportero busca las primeras respuestas para un asunto recién ocurrido y debe, por lo tanto, acudir lo más presto posible a redactar su informe. Y con mayor razón, si fue advertido por el editor de radio o televisión, de que debería salir al aire con un primer despacho, porque la rareza o la sutileza del hecho a reportear lo justificaban. Ser curioso en estos casos significa también justificar preguntas inocentes, de esas a las que cualquier vecino puede responder y quizás con qué gran novedad.

Un ejemplo:

El periodista pregunta a un dirigente vecinal ¿Por qué los pobladores de este sector se sienten tan inseguros y reclaman la presencia más habitual de la policía?

El directivo responde: “Aquí tenemos casi todos los días dificultades con personajes que se aparecen y roban en las casas. Pero lo más delicado está en las mismas casas, donde en muchas hay conflictos de las parejas, con

maltrato que significa ir al consultorio a buscar ayuda, por parte de las víctimas”.

Lo que parecía ser una simple protesta en contra de la poca presencia de Carabineros, el reportero terminó consiguiendo cifras de maltrato familiar y su enfoque noticioso adquirió una relevancia mucho mayor.

Como se comprenderá, las autoridades fijaron la mirada no en la protesta contra la ausencia de Carabineros en aquel barrio, sino en la violencia familiar, que estaba dañando a muchos hogares y de modo especial a los pequeños hijos de las parejas en conflicto.

La noticia, en éste como en muchos casos, apuntaba al Bien Común, una tarea de la que no pueden prescindir los medios de comunicación y de manera vital los reporteros.

La curiosidad periodística va de la mano con el interés que debe demostrar el reportero por la situación noticiosa y con mayor razón por los efectos que pueda provocar en las personas. Ahí el periodista revela el interés humano que lo mueve. Esto significa que la curiosidad noticiosa no debe confundirse nunca con la búsqueda del “cahuín” o del menoscabo de las personas.

En un mundo vertiginoso, donde no hay tiempo para bromas o diálogos chispeantes, mucha gente agradece que los periodistas se aparten del concepto de “tonto grave” e incursionen en el área de lo jocoso, de lo anecdótico, de lo distinto. Por cierto, las características del interlocutor y las circunstancias que lo mueven a entrevistarlos, serán determinantes para hacer uso del “minuto de confianza”.

Ser creativo

Una segunda virtud a tener en cuenta, ayuda mucho cuando se trata de enfrentarse a días de pocos hechos noticiosos o cuando un hecho acapara la atención, pero centrada en un solo aspecto.

Discurrir cotidianamente en favor del trabajo reporteril, es una tarea sumamente necesaria de todo periodista. Se trata, por tanto, de sumar vitaminas en buena onda.

Un periodista no puede vivir y trabajar apegado a moldes rígidos y demasiado estrictos. Por cierto, sin caer en exageraciones, puede matizar su labor de entrega noticiosa con argumentos novedosos, distinguidos, selectos.

La competencia extrema que se viene produciendo entre los medios informativos no significa necesariamente una guerra sin cuartel. Por eso es que se sugiere dar rienda suelta a la creatividad, esa capacidad que permite a los periodistas buscar elementos asociados con el hecho noticioso a difundir, pero que lo hagan distinto a cómo lo dan a conocer en los otros medios.

Si la situación noticiosa es relativamente positiva, entonces no habrá tanta traba para elucubrar e idear elementos que puedan reforzar el despliegue informativo.

Sin duda que, si la noticia está centrada en un acontecimiento negativo, sensible, doloroso, trágico, significa que la capacidad creativa se cierra un tanto y más valdrá seguir por el camino de lo circunspecto, de lo que no provoque más heridas en las personas protagonistas y, en general, en la opinión pública, que rápidamente se orienta hacia el lado de quienes pudieran estar sufriendo o, al menos, siendo tocadas por la noticia.

La creatividad periodística está asociada con esa capacidad de contextualizar que pueda tener un periodista. Este vigoroso soporte le ayudará a descubrir con rapidez dónde puede hallar respaldo para su nota.

- Podrá fijar la mente en *personajes* que pueden dar testimonios sobre el hecho y que ayuden a los receptores a comprender mejor y con satisfacción lo que representa el hecho noticioso.
- Podrá unir el hecho noticioso con alguna *frase histórica* de un pensador antiguo.
- Podrá replicar una *situación análoga* con ribetes curiosos.
- Podrá hacerse parte de alguna campaña de bien público que se pueda asociar con el hecho noticioso.
- Podrá utilizar, por una vez, una frase pegajosa de cierta publicidad que esté en boca de todos. (Repetirla podría entenderse al periodista como parte de la publicidad).

Ser compasivo

Esto equivale a ser empático. Esto significa ponerse en el lugar de otro.

Se completa la trilogía de valores, Las Tres “C”, tal como la sostiene y la defiende un grupo enorme de periodistas experimentados en el mundo, quienes valoran al reportero compasivo. A su juicio, es tremendamente significativo que los reporteros tengan empatía y sepan ubicarse con la debida distancia respecto de las personas que han sufrido la pérdida de un ser querido. Ya fuera un accidente, un asalto, un atentado o cualquier asunto que implique daño físico o síquico.

Difundir la noticia con características sobrevaloradas no ayuda a la causa. Ahí es donde el reportero debe aquilatar los antecedentes y, más tarde, exponerlos en un contexto que no signifique rozar el sensacionalismo.

Es muy habitual que a los reporteros se los busque en las redacciones de los medios por historias dramáticas, como lo son los de violencia intrafamiliar. El periodista puede en estos casos sugerir que sean los tribunales de familia los que conozcan primero las situaciones, en el bien entendido de que los medios de comunicación pueden lesionar para siempre la dignidad u honra de personas inocentes. El solo hecho de publicar una denuncia causa algún grado de menoscabo en el que o la que ejerce el derecho a denunciar y, con mayor razón en quien ha sido la denunciado. Detrás de los adultos involucrados hay una familia, menores de edad que, de igual modo, se podrían ver salpicados por todo lo que revisten los hechos catalogados como de violencia familiar.

Hay refuerzo para esta característica de los reporteros. La compasión significa ponerse en el lugar de quienes están implicados en esa clase de hechos policiales. El beneficio noticioso pocas veces puede superar el daño que se ocasiona al citar en condicional una denuncia de tales características. Y tendrá que ser en condicional hasta que la policía primero y los tribunales después, establezcan la veracidad de las denuncias y las penas que afligirán a quienes se determinen culpables.

Un reportero compasivo puede aparecer como demasiado indiferente ante una realidad dolorosa, pero si está plenamente convencido de lo que representan ciertas situaciones de la vida real, no tendrá nunca temor a actuar de ese modo diligente.

La prudencia es un arma poderosa en el aspecto de la entrega noticiosa.

No son pocas las veces en una semana que los reporteros se topan con personas ávidas de figurar en los medios informativos. Por tanto, no trepidan en elevar a la categoría de “grandes hechos noticiosos” circunstancias que, en su exacta dimensión, no dan sino para un pequeño párrafo y a una columna.

Ese tipo de fuentes informativas deben ser reconocidas con cautela por los periodistas. Tenerlos como “cercaños”, parece una adecuada medida. Desestimarlos no es aconsejable. Se puede dar el caso de que hayan sido testigos de una situación polémica y con claros visos noticiables. Allí valdrá su testimonio.

En suma, ser creativo, curioso y compasivo constituye un gran soporte para un reportero. Si funcionan armónicamente las tres características, perfecto. Lo más probable es que se manifiesten de a una. Y aun así igualmente será una expresión de efectividad profesional.

Las tres “C” (curioso, creativo, compasivo) son una credencial de primera importancia para cualquier reportero, sobre todo en un mundo donde la competitividad está rondando las 24 horas del día el trabajo de los periodistas y de los medios de comunicación en general.

Estas tres características constituyen para los periodistas un respaldo y un estímulo para hacer que su trabajo se torne siempre en una grata misión y que, además, signifique crítica favorable de la audiencia.

Cuando es posible distinguir a periodistas abrazados con las Tres “C”, es señal clara de que además poseen virtudes que refuerzan su manera de actuar y, en definitiva, su forma de ser. En este caso nos referimos a la tolerancia, la prudencia, la fraternidad.

Dos refuerzos éticos

Son estupendos apoyos.

Acabamos de ver una serie de virtudes que son grandes apoyos en la personalidad de un periodista. La experiencia sugiere hacerse parte de otras dos que, igualmente tonifican el quehacer cotidiano de un reportero. Se trata de la responsabilidad y de la humildad.

**¿Qué es la Responsabilidad?*

Una persona responsable toma decisiones conscientemente y acepta las consecuencias de sus actos, dispuesto a rendir cuenta de ellos.

La responsabilidad es la virtud o disposición habitual de asumir las consecuencias de las propias decisiones, respondiendo de ellas ante alguien.

Quizás lo más significativo, desde el punto de vista ético, es saber responder ante uno mismo de las decisiones que toma.

Así, por tanto, debemos entender la responsabilidad como la capacidad de dar respuesta de los propios actos.

De este modo, la responsabilidad está muy asociada a la experiencia, en tanto aprendemos de lo que nos pasa.

Es uno de los valores humanos más importantes y nace a partir de la capacidad humana para poder decidir entre diferentes opciones.

El ser humano está gran parte del día decidiendo asuntos de gran importancia, no tan importantes o de cuestiones insignificantes.

El hombre hace uso, entonces, de la libre voluntad, de la cual resulta la necesidad de asumir todas las consecuencias que de estos actos se deriven.

La responsabilidad no sólo tiene relación con las consecuencias de nuestros actos, sino que también está asociada a los principios.

La responsabilidad de las personas es muy importante, ya que se trata de uno de los valores que permite mantener en orden la vida en comunidad.

La responsabilidad con apellido, implica la toma de decisiones en el respectivo campo de acción.

En suma, se demuestra compromiso con las propias decisiones, y con las consecuencias que éstas pueden generarle tanto a la persona en sí como a quienes la rodean.

Las personas responsables siempre toman en cuenta la intención de lo que están haciendo y no cuestionan ni son limitadas por aquellas reglas.

Al revés: una persona que carece de responsabilidad, siempre busca y presenta excusas para justificar aquello que no realizó o que decidió mal.

Hay personas que no muestran un serio compromiso ante determinados asuntos, hasta asegurarse de que las cosas están bien encaminadas.

Es por esto que la responsabilidad, además de comportarse como uno de los valores humanos por excelencia, es tan considerada, en algunas instancias, como en el periodismo, por ejemplo.

A la hora de buscar empleo: es poco probable que se contrate a un sujeto que no es capaz de asumir las consecuencias de sus actos.

Para que pueda darse algún grado de responsabilidad son necesarios dos requisitos:

Libertad y ley o norma

Para que exista responsabilidad, las acciones han de ser realizadas libremente. Ni los niños, ni los enfermos mentales, y mucho menos los animales son responsables de sus actos, pues carecen de uso de razón.

¿Responsabilidad ante quién?

El hombre y la mujer responden de sus actos ante quien es capaz de dictarles normas.

Esto pueden hacerlo Dios (responsabilidad moral), uno mismo (juicio de conciencia) y otros hombres (jefes, líderes de organizaciones).

La responsabilidad es de varios tipos:

- * Jurídica (ante las leyes civiles)
- * Familiar-doméstica (ante la familia)
- * Laboral (jefes)
- * Social (ante líderes gremiales, por ejemplo)

¿Puede haber exceso de responsabilidad?

Sí. Hay exceso de responsabilidad cuando se piden cuentas -a sí mismo o a otros- de comportamientos que no estaban regulados o que no era preciso regular.

¿Cómo disminuye la responsabilidad?

Disminuye la responsabilidad cuando disminuye la libertad. Por ejemplo, por la violencia, la ignorancia y/o el miedo. Es decir, lo que entorpece la voluntad y el entendimiento, que son las facultades necesarias para realizar acciones libres.

¿Es mejor ser poco responsable?

No. Es preferible ser personas libres, dueño(a)s de sus actos, capaces de tomar decisiones y de asumir las consecuencias.

Da gusto convivir con personas que cumple los compromisos con responsabilidad. Son consecuentes. Asumen los resultados de sus decisiones.

¿Por qué a mucha gente le suena mal el concepto de responsabilidad?

La palabra responsabilidad trae malos recuerdos a la imaginación por varios motivos:

Normalmente sólo se relaciona con errores o castigos, pues cuando la consecuencia de una acción es un premio, no suele hablarse de responsabilidad sino de mérito. *Además*, responder ante otros parece ir contra la propia libertad.

Ambas ideas van unidas: sin libertad no hay responsabilidad, sólo quien es dueño de sus actos puede responder de ellos.

La responsabilidad se ve como opuesta a la diversión o recreación. En realidad, sólo se opone al tipo de diversión desenfundada o sin medida; pues una persona responsable sabe divertirse en los momentos y modos razonables.

¿Qué excusas hay para evitar responsabilidades?

Como la responsabilidad suena mal, es frecuente inventarse razonamientos que eviten rendir cuentas.

- 1) Para evitar responsabilidades ante los demás, es frecuente echar las culpas a otro, o bien decir **"soy libre y hago lo que me da la gana"**. Se trata de expresar que la persona no rinde cuentas de su comportamiento ante nadie. (Obviamente la libertad humana no es así).
- 2) Para quitarse responsabilidad ante la propia conciencia, un recurso habitual es evitar reflexionar.

Otro sistema es decir "yo paso de todo", o "ningún asunto me importa".

¿Cómo ser más responsables?

Lo más rápido para mejorar en responsabilidad es calibrar que de nuestro comportamiento dependen cosas grandes.

Las personas con metas elevadas, se responsabilizan enseguida de sus decisiones.

Para dar cuenta de los propios actos hace falta el valor, capaz de superar el temor al castigo. (Responsabilidad ante los demás).

¿La responsabilidad mejora con la edad?

Con la edad suelen tomarse decisiones más importantes, y normalmente la responsabilidad aumenta. Pero no mejora por el simple paso de los años, sino por la experiencia que se ha podido acumular.

****La humildad***

Aunque se trata de una virtud, se menciona escasamente.

No puede prescindirse de esta virtud, cuando se quiere dar el perfil ideal del periodista.

¡La humildad es la verdad de uno mismo!

Esa afirmación es atribuida a santa Teresa de Ávila, la clásica escritora española, quien destaca la esencia de esta virtud.

Es el camino intermedio entre dos extremos: La exaltación viciosa de sí mismo que caracteriza a soberbios y arrogantes. Y el menosprecio de sí mismo, propio de los apocados.

La humildad va de la mano con la pasión por la verdad y comienza con el reconocimiento realista de las propias debilidades y virtudes. (Humildad ayuda a la Responsabilidad, pues se reconocen errores de ciertas decisiones).

Puesto que la pasión por la verdad es un distintivo del periodista, la humildad entra a hacer parte de su perfil ideal.

En su interminable búsqueda de la verdad, uno de los motores es la humildad con que el periodista reconoce que sus conocimientos tienen vacíos y debilidades.

Sólo las personas humildes están dispuestas a admitir que es más lo que desconocen que lo que han aprendido.

La humildad se pone a prueba a diario cuando el periodista acude a otras personas como fuentes, porque en cada caso se pone en calidad de discípulo que aprende de alguien. ¡El buen periodista siempre está aprendiendo!

Esa actitud interior del periodista se refleja en el tono y el modo en que transmite sus informaciones. Es más creíble cuanto más sencillo y humilde. Por ejemplo, al citar las fuentes de sus informaciones; al admitir que su información aún tiene vacíos.

También obtiene reconocimiento al admitir equivocaciones y hacer rectificaciones.

Todas estas son acciones que serían imposibles de obtener valoración sin un fundamento de humildad profesional.

Una persona humilde no es pretenciosa, interesada ni egoísta. (Una persona humilde no está desamparada ni es de pobreza mayor).

Se diferencia de una persona soberbia, porque no se siente autosuficiente y nunca hace las cosas por conveniencia.

Nunca se insistirá bastante en que el periodista auténtico es un ser humilde, poco amigo de figurar. Un periodista certero e íntegro es un héroe anónimo de la vida cotidiana, capaz de no desfallecer en explicar la realidad.

Un valor trascendente de su trabajo consiste en mantener este espíritu libre, en búsqueda de la verdad siempre.

El periodista consecuente intenta reflejar su humildad semana a semana, año tras año, traspasando esa virtud a los jóvenes periodistas.

La humildad nunca debe significar timidez.

La humildad es pariente cercano de la modestia. Esto implica ser cauto y escrupuloso.

Es cierto que el término humildad, como lo dice la Real Academia, se usa muchas veces en sentido peyorativo. Puede significar pertenecer a un hogar de pocos recursos o, incluso, ser sumiso. Cuántas veces hemos escuchado que alguien pertenece a un hogar humilde, es decir, de recursos limitados.

Debemos reconocer que la falta de humildad muchas veces tiene que ver con las ansias de éxito de las personas. Casi siempre esas ansias están provocadas por enseñanzas paternas que alentaban al niño hacia el triunfo a como diera lugar. Esto tiene que ver con la ética familiar y de la forma en que en ciertos grupos se estimula a la niñez y a la juventud.

Hay personas exitosas y humildes. Hay personas exitosas y poco humildes.

Miguel de Cervantes dice que "la humildad es la base y fundamento de todas las virtudes, y que sin ella no hay alguna que lo sea." Opina Miguel de Cervantes que la humildad y la modestia mejoran las demás virtudes y enriquece la personalidad.

En estricto rigor, una buena persona, casi siempre posee la virtud de la humildad.

¡Las buenas personas son, casi siempre, buenos periodistas!

Mirar hacia el lado

La competencia siempre es positiva.

Es tarea no sólo de editores, sino también de los reporteros el saber cómo lo hacen los colegas de los otros medios para presentar las noticias. Este conocimiento del medio es valioso parámetro.

La recepción que hay en los lectores, auditores o televidente respecto de la entrega noticiosa de nuestro medio, es sin ninguna duda, el principal aliciente que tendremos a favor, en la perspectiva de acentuar nuestro estilo, de modificarlo o, lisa y llanamente, de cambiarlo.

Lo que pasa a nuestro lado no puede ignorarse. Hay acciones positivas que bien vale hacerlas propias. En la entrega noticiosa son escasos los nuevos inventos. La novedad está en la forma en que se usan los recursos ya existentes.

La sorpresa no deja de apoderarse de algunos periodistas cuando ven que en el diario propio se ha divulgado un hecho noticioso policial a una columna, en ocho líneas. La misma noticia, en el otro medio escrito, fue motivo de un llamado en portada y dado a conocer en la página impar de Policía, a tres columnas, con fotografías del lugar del crimen.

La misma sorpresa, quizás, pudo hacerse parte en lectores que tuvieron la oportunidad de ver los dos matutinos. Estos receptores de los mensajes se quedaron con la duda. ¿Por qué gran cobertura en uno y por qué lo mínimo en el otro?

Captar qué se dice y cómo se dice en la competencia no es tarea fácil. Sin embargo, el seguimiento de lo que ocurre a menudo en los otros medios permite delinear los criterios de selección de las noticias, de ponderación y los de cobertura, por último.

Todos esos parámetros están bajo el paraguas de lineamientos que ha establecido la empresa dueña del medio. Eso es evidente, aunque los periodistas mantengamos el ánimo de creer que la independencia de nuestro trabajo es una rutina aceptada por todo el mundo.

Casi siempre la independencia de los periodistas prevalece. Es algo que se puede justificar con sólidos argumentos. Sin embargo, son los propios periodistas quienes renuncian a esa fundamental cualidad del periodismo.

En el ejemplo de la noticia policial que tuvo distinta cobertura en dos diarios de empresas diferentes, la causa de la dispar forma de dar a conocer un hecho de maltrato intrafamiliar, estaba, por ejemplo, marcada en uno de los medios, por la amistad del periodista encargado del área policial, con un miembro de una institución policial y que fue protagonista indirecto del hecho que derivó en noticia.

¿Dónde quedó la independencia periodística en este caso?

Es imposible dejar de considerar los afectos que se generan entre los periodistas que cubren determinadas áreas del quehacer local, regional o nacional y quienes son parte de esa enorme fachada detrás de la cual se asume que está la administración pública, incluyendo el poder político, con el Gobierno y el Parlamento, por un lado, y el sector privado-empresarial, por otro. Hay allí personas que, teniendo filiación ideológica, religiosa o filosófica diferentes, tienen sensibilidad y, por tanto, no es extraño que se forje entre ellas un afecto que se puede traducir en sana amistad.

No es raro que al amparo de ese convivir cotidiano se produzcan hechos que van en la línea contraria de la independencia que deben tener y ejercer siempre los periodistas.

El ejemplo anteriormente expuesto debe ser entendido como una excepción, de lo que puede llegar a ser el concepto de amistad entre un periodista y una persona calificada como fuente informativa.

Tratándose de circunstancias excepcionales, lo que se busca enfatizar es que los periodistas no pueden darse el lujo de administrar criterios especiales que vayan en beneficio de las fuentes informativas con las que trabajan cotidianamente.

En suma, la independencia que debe reinar en el quehacer de los periodistas, no está en la línea opuesta a la amistad que los comunicadores pueden entablar con algunos personajes que se han transformado en sus fuentes informativas. En tanto el periodista sepa desenvolverse adecuadamente, la amistad no perturbará nunca su independencia.

El editor, fundamental

¿Quién es el editor?

Para que se pueda dar de manera constante esto que llamamos el “Efecto vitamina”, es preciso que los reporteros cuenten con el total apoyo de sus editores.

En ese nivel de supervisión periodística debe estar profundamente instalado el concepto de la presentación noticiosa íntegra. Siempre debería ser un objetivo común, compartido por la dupla editor-reportero.

Por cierto, no todas las noticias merecen el mismo grado de preocupación en el reportero y en la presentación. Hay factores objetivos que inciden de manera fundamental. Por ejemplo, a la hora en que se produce el hecho, o el lugar donde acontece. Son dos limitantes que sugieren casi de inmediato el ejercicio que habrá que hacer para obtener los datos básicos.

¿Cómo se hace un editor?

¿Podemos poner un anuncio en el diario cuando necesitamos un editor?

Cuando un medio informativo necesita un editor:

¿Qué características se le piden?

El periodista Ricardo Hepp, ex director de Diario El Sur, escribió un artículo en una revista que editaba nuestra Carrera de Periodismo, sobre este tema y se permitió incluir una tabla de requisitos en un supuesto aviso para contratar un editor.

¿Cuáles fueron los principales requisitos pedidos?

Veamos:

- * Ejercicio profesional mínimo de cinco años como reportero;
- * Demostrar buenos conocimientos de redacción y gramática;
- * Tener carácter dinámico y buen criterio;
- * Ser riguroso en la revisión y el despacho de textos periodísticos;
- * Ser creativo en la confección de pautas informativas;

- * Ser claro y preciso en las instrucciones a los reporteros a su cargo;
- * Tener habilidad para analizar y evaluar el trabajo de éstos;
- * Ser exigente en el cumplimiento de los horarios de despacho y de cierre;
- * Saber escuchar;
- * Tener facilidad para relacionarse y comunicarse con sus propios reporteros, con los demás editores, con sus jefes directos y con la dirección del medio.

¿Demasiado pedir?

¡Todos esos atributos pedidos para **ejercer la función de editor**, son cualidades que **debería tener un periodista!**

De acuerdo con esa idea, ¿es válido que se insista en la necesidad de crear una Escuela para Editores?

La tradición indica que los editores para los distintos medios de información, se encuentran, invariablemente, en la propia Redacción de los medios de comunicación

Con todo el riesgo que implica el ejercicio, es decir, de perder a un gran reportero con la incógnita de saber si se conquistará a un buen editor, los medios persisten en este tipo de ascenso.

La Sala de Redacción ha sido, es y seguirá siendo la verdadera escuela de los propios reporteros para cultivarse y superarse y desde donde habrán de salir los futuros editores.

La Sala de Redacción debe entenderse, desde el punto de vista administrativo del medio, como un verdadero laboratorio.

La Sala de Redacción es el corazón del medio informativo, qué duda cabe.

Pero también es el sitio donde la interacción de reporteros y editores estimula el crecimiento profesional de todos.

El salto cualitativo no deja a nadie al margen. Los reporteros para ser editores.

Los editores para avanzar a jefe de Información o a director del medio.

En la historia de los medios regionales (seguro que también en lo nacional), hay casos de estupendos reporteros que declinaron la oferta y prefirieron seguir en “la calle”. (Caso de Quintín Oyarzo Leiva, Q.E.P.D, cuando era reportero en el Diario El Sur.).

Los administradores de los medios en que esto ha ocurrido, generaron los “sueldos personales”, **valorando la negativa** de aquellos reporteros

En el caso del camino para ser un **Editor Tradicional**, hay que diferenciar **dos tipos** de atributos que le son necesarios para ejercer esta función.

Atributos naturales:

Se trata de cualidades que más o menos posee la mayoría de las personas, pero que al ejercer una función como la de editor periodístico, se hace necesario acentuar.

- * Capacidad de liderazgo
- * Tener empatía
- * Saber escuchar
- * Tolerante
- * Poseer buen humor

Atributos profesionales:

Se trata de condiciones propias de la actividad periodística, pero que al desempeñar una tarea de supervisión deben poseerse en grado superior.

- * Buena redacción (sintaxis)
- * Capacidad de síntesis
- * Dominio de la pauta informativa
- * Habilidad en la selección de los hechos (para efectos de la diagramación en el diario y el orden de presentación en radio y TV)
- * Capacidad en la titulación

- * Sugerir temas o notas
- * Tener buenos contactos, y
- * Capacidad ética

Este es el **Editor tradicional**, el que, probablemente persiste en algunas redacciones de ciertos medios de comunicación o en la mente de algunos periodistas ya próximos a jubilar.

Y es que hoy, el editor más contemporáneo, si bien mantiene los atributos señalados, ahora debe lidiar con otro protagonista importantísimo: **la audiencia**.

Los editores actuales, en cualquier tipo de medio de comunicación, se enfrentan a los mismos tres grandes desafíos que les impone la competencia moderna:

- * **La fragmentación:** Es pasar de medios de masas a medios de nicho.
- * **Personalización:** vale para diarios, radios, TV y sitios.
- * **Suma de contenidos:** Hay una mezcla de lo que producen los reporteros con lo que produce la audiencia.

Han surgido nuevas funciones para el editor.

- * Nadie tiene una visión global.
- * No hay una frontera clara entre contenidos.
- * Todo es digitalizable.

Las líneas maestras en el periodismo ahora son:

- * El editor ha perdido poder sobre la audiencia y los contenidos.
- * Pasamos de una era de escasez de información a otra de notable abundancia.
- * De una sociedad pasiva y dependiente de los medios de comunicación, pasamos a otra activa y menos dependiente.

- * De un monólogo de los medios a una conversación entre los medios y los usuarios y de los usuarios entre ellos. (Esa gran conversación fortalece al periodismo).
- * Se construye una nueva dinámica comunicacional: el emisor es también receptor.
- * El periodismo deja de ser monopolio de los periodistas. La audiencia es el perro guardián del “Perro Guardián”.

En el desconcierto, se ha perdido el ciclo tradicional de la noticia:

Hecho – noticia – reacción

Ahora la reacción viene al mismo tiempo que la noticia y los comentarios se anulan unos a otros.

¿Quién dijo que ser editor era fácil?

“Para ser periodista hay que ser buena persona ante todo”.

(Frase clara, limpia y que no deja lugar a dudas. Pertenece a Ryszard Kapuscinski, un notable periodista bielorruso, fallecido en 2007).

(Se podría decir que para ser buen profesional. Se requiere ser buena persona).

¿Qué se necesita para ser buena persona? o

¿A quién podríamos definir como buena persona y por qué?

Es buena persona a quien consideramos una persona íntegra.

¿Qué es ser íntegro o íntegra?

Es íntegra la persona que: Reúne varias virtudes y, en términos simples,

Piensa

***Habla**



Del mismo modo (en términos positivos)

***Actúa**

Ser **consecuente**, es también una forma de reflejar ser íntegro.

¿Consecuente?

“Es una persona: Cuya conducta guarda correspondencia lógica con los principios que profesa”. (12) Rae.

Un periodista que se considere íntegro, siempre va a desempeñar su profesión de muy buena manera.

Hay personas que denominan a las buenas personas **“carismáticas”**. Y de esa manera celebran o admiran a personas que son muy solidarias, generosas, responsables, es decir, verdaderos ejemplos.

¿Qué es el carisma según el diccionario?

- 1) “Cualidad o don natural que tiene una persona para atraer a los demás por su presencia, su palabra o su personalidad. Tiene carisma de líder; quienes trabajan con él dicen que es una persona con ángel, con un carisma especial”.
- 2) En el cristianismo, gracia o don concedido por Dios a algunos hombres en beneficio de la comunidad.

Una persona íntegra es ética en el diario vivir y, además, en su labor profesional. Cumple con los postulados del Código de Ética de su profesión.

Una persona íntegra es responsable.

¹² Diccionario de la Rae.

¿Qué es la responsabilidad?

Una persona se caracteriza por su responsabilidad porque tiene la virtud no solo de tomar una serie de decisiones de manera consciente, sino también de asumir las consecuencias que tengan las citadas decisiones.

¿Han visto avisos de oferta de ocupación como este?

“Se necesita periodista con experiencia, seriedad y responsable”.

Una persona íntegra (por ejemplo, un periodista) sabe equilibrar adecuada y prudentemente los derechos y las obligaciones.

¿Qué es lo que estamos viendo a menudo en las protestas públicas, a propósito de derechos y obligaciones?

El periodismo de hoy

Una mirada reflexiva.

Cuando los emigrantes y los refugiados huyen de la miseria y la guerra en busca de un lugar donde sobrevivir, se fabrican fronteras de cuchillas afiladas y sus vidas acaban ahogadas en el mar, no hay neutralidad que valga. El periodismo tiene que estar en el lado de la valla de los desfavorecidos, despertando la conciencia ciudadana para acabar con la mezquindad de los políticos que consienten esas injusticias.

El periodismo tiene que utilizarse como herramienta para transformar la sociedad, para agitar las conciencias de los ciudadanos, para protegerles de los desmanes de los poderosos, para defender los derechos de los más débiles e incluso para movilizar a los que miran a otro lado ante las injusticias.

El periodismo no debería ser aséptico ni neutral. Tiene que contaminarse con las aspiraciones y miserias de los hombres y mujeres y tomar partido por sus causas. Debería abrir los ojos y los oídos de todos para acabar con la ceguera y sordera, de tantos que se instalan en la comodidad.

El periodismo de hoy ya no tiene que resultar incómodo solo para los gobiernos y los poderosos, ahora también debe conmover, movilizar e inquietar a los ciudadanos.

Se dice que sin periodismo libre no hay democracia, pero a lo mejor se ha quedado en una frase hecha. Hoy no basta con ese formalismo. Democracias hay muchas, todos los países europeos lo son, quizá no del todo reales, porque no cabe que en nombre de ellas se permita que se cometan esos abusos con la humanidad, pero lo peor es que no se ejerce tampoco en todo el mundo civilizado un periodismo real y comprometido.

Se les exige mucho a los periodistas. Tienen que contar los hechos sin juzgarlos ni condenarlos. Pueden denunciarlos, pero no sentenciarlos. Tienen que aportar los diferentes puntos de vista de una historia y acudir a las máximas fuentes para contrastarla. Tienen que ser honestos y veraces, rigurosos, imparciales y hasta buenas personas, como decía Kapuscinski. En fin, tienen que ser superhombres y supermujeres si tienen que ejercer ese periodismo libre y comprometido que demanda buena parte de la sociedad.

Tienen que ser tan héroes como los que cruzan las fronteras a través del mar y las vallas de cuchillas afiladas huyendo de la guerra y en busca de la libertad.

José Sanclemente
Presidente de eldiario.es

Precisiones

Los Medios de Comunicación de Masas, MCM, son sólo instrumentos de la comunicación de masas y no el acto comunicativo en sí.

Los MCM se atribuyen a una sociedad y un modelo de vida muy concreto, como es la sociedad de masas.

La historia de los medios de comunicación está muy ligada al desarrollo de la tecnología.

Los MCM se usan también en la publicidad y la propaganda política directa o indirecta.

Por la gran influencia en la opinión y los hábitos de la gente, los MCM son el objetivo de gobiernos y empresas

Los MCM han ayudado de manera decisiva al proceso de globalización.

Se trata de un mecanismo, bien de refuerzo de actitudes, o bien de posibilidad de cambio de actitudes y comportamientos, lo que incluso puede afectar a los valores y creencias colectivas, de grupos reducidos o amplios (naciones).

Los MCM informan, educan, entretienen y forman opinión. (*¹³) CCS

Del papel a lo digital

Los tiempos cambian.

Periodismo digital (Descripción)

¹³ Centro de Colaboraciones Solidarias, (CCS)

“Periodismo digital, también llamado ciberperiodismo, periodismo web, periodismo en línea, webperiodismo o periodismo electrónico, designa la modalidad del periodismo que tiene a internet como entorno principal de desarrollo, así como a las redes y dispositivos digitales en general como sus medios auxiliares”.^(*14) ([Wikipedia](#)).

La manera de presentar las noticias ha ido cambiando con el tiempo. Hasta principios de siglo XIX, los periódicos, muy influidos por la literatura, exponían la información a la manera de un relato, representando cierto orden en el que se producían los acontecimientos. Por eso, el público se enteraba de la noticia sólo al término de la lectura. Este tipo de presentación se conoce con el nombre de pirámide normal.

En la actualidad, la pirámide normal se utiliza en muy pocos casos. Es útil, por ejemplo, cuando se quiere mantener cierto suspenso para sorprender al lector con el desenlace, es decir, con la noticia.

El discurso moderno, en cambio, privilegia la presentación clara y concisa de la información. Por eso mismo, las noticias se estructuran con el modelo de pirámide invertida. Esto significa que la información va de lo más importante hacia lo menos importante.

En el primer párrafo, se resume en unas pocas palabras la información esencial. Para cumplir el objetivo, normalmente se responde las preguntas básicas. Luego se señalan los elementos secundarios.

En el último párrafo de la noticia, denominado *remate*, está la función de “cerrar” la noticia.

Desde fines del siglo pasado y con evidencia en este 2019, el periodismo ha evolucionado notoriamente en el aspecto operativo final, sin que haya habido un giro mayúsculo en el proceso del reporte y de la presentación de las noticias.

Antecedentes del Periodismo Digital

El periodismo digital no es una tendencia nueva. Desde 1993 un gran número de editoras de prensa diaria, en su mayoría estadounidenses,

¹⁴ ([Wikipedia](#)).

publicaron información en la plataforma de Internet y en otras redes digitales (Compuserve, America Online, Compulink Information Exchange) creando primitivos sitios web que proporcionaban información general.

El primer sitio web proveedor de información fue el diario estadounidense The Chicago Tribune, a través de América Online (AOL). De esta forma muchos diarios se sumaron a la nueva plataforma digital. Luego, aparecieron en línea versiones de Mercury Center, The Chicago Tribune, The Atlanta Journal and Constitution, The New York Times y más. En 1994, ya era posible encontrar más de 70 publicaciones periodísticas en línea.

Las versiones digitales ofrecían el mismo contenido que su versión impresa, sin mayores modificaciones para la versión en línea. En sus inicios los medios aún no habían encontrado el potencial de la plataforma que ofrecía el Internet, afortunadamente esto ha cambiado. El periodismo digital prácticamente se ha convertido en un nuevo género periodístico con características propias.

¿Qué es Periodismo Digital?

Sobre la base de la investigación “la importancia del Periodismo Digital en la formación de los comunicadores” que realicé para mi tesis de licenciatura, me atrevo a definir el **Periodismo Digital** como la convergencia de medios (Prensa, Radio, Televisión) y recursos en una misma plataforma: el internet. El Periodismo Digital, aprovecha los recursos y servicios que provee el Internet, para ampliar la información en un sólo medio y de forma inmediata.

Planteo el Periodismo Digital como un nuevo género periodístico, con características enfocadas al uso de nuevas tecnologías para informar y comunicar. Además, este nuevo género representa un reto para los periodistas que no tienen conocimientos técnicos o no son usuarios de las nuevas tecnologías de la comunicación. Sin embargo, representa una oportunidad para las nuevas generaciones de periodistas y los medios que hacen su incursión en esta plataforma.

En la región Latinoamericana, quizás el problema más común en los medios tradicionales es la falta de recursos y visión de sus versiones digitales. Por ejemplo, periodistas tradicionales que se niegan aceptar el cambio. Dueños de medios impresos que no aprovechan la oportunidad que brinda las

nuevas tecnologías y directivos de medios que no seden espacio a los conocedores de las tendencias para desarrollar los proyectos adecuadamente.

Características del periodismo digital

Las características del periodismo digital están fundamentadas en los principios de la plataforma de Internet: la multimedialidad, la hipertextualidad y la interactividad. Términos definidos por Salverría y Pélissier académicos que han aportado textos que definen el Periodismo Digital y sus características:

- **Multimedialidad:** el medio puede integrar en una misma plataforma los formatos: texto, audio, vídeo, gráficos, fotografías, animaciones, infografías, etc.
- **Hipertextualidad:** la posibilidad de acceder a la información de manera multidireccional y no lineal. Permite la navegación en el contenido a través de enlaces en relación al texto.
- **Interactividad:** se refiere a la posibilidad que tienen los usuarios de interactuar con el medio, los autores y el texto. Permitiendo de esta forma un desarrollo de acciones que proponen y comunican directamente.

También existen las características del medio digital que aplica el Periodismo Digital, que debe contemplar otros factores tales como: accesibilidad, usabilidad, inmediatez, actualización las 24 horas, opciones de personalización, adecuado a diferentes dispositivos. (Stephanie Falla Areche, editora de Maestros del Web, autora de artículos relacionados con tecnología web, periodismo digital, comunicación y las tendencias relacionadas al internet. Licenciada en Ciencias de la Comunicación con un Master en Gestión y Producción de e-learning).

Un mensaje motivador

Palabras de un maestro.

Emilio Filippi Muratto fue un periodista connotado. Tuvo gran participación en medios nacionales, habiendo alcanzado primero un notable desempeño en los diarios “Crónica” y “El Sur”, en Concepción. En 1972 fue Premio Nacional de Periodismo. Murió el 12 de agosto de 2014.

En la introducción de su libro “La profesión de periodista, una visión ética”, hace una singular descripción de quién puede llegar a desempeñar exitosamente la labor de periodista. A continuación, la palabra de Emilio Filippi:

“Un día, una joven que aspiraba a ingresar a la universidad para estudiar Periodismo, me preguntó ¿Qué cree Ud. que se necesita para ser un buen periodista? La primera reacción fue responderle lo que es habitual en estos casos: “vocación”. Pero, reflexionando un poco, caí en la cuenta de que, con decir eso, realmente no agregaba mucho a lo que mi interlocutora creía. En cualquier profesión, en verdad, se requiere tener una predisposición natural, condiciones afines con el trabajo que hay que realizar, entusiasmo e interés.

Nadie puede ser un buen médico, abogado o ingeniero, si no se siente atraído por su quehacer específico y no tiene aptitudes para hacerlo bien. Lo mismo pasa con los periodistas. De modo que contestar que sólo se requiere tener vocación no es afirmar nada nuevo.

De allí que, meditando una respuesta más apropiada, preferí plantear el asunto desde otra perspectiva. Es decir, hacer que la joven me definiera lo que ella entendía qué es un periodista, cuáles son los objetivos de la profesión, para qué existen los que la ejercen.

De esa conversación saque algunas conclusiones indicativas de un fenómeno que antes ya había percibido. Esto es, que existe una imagen del periodismo un tanto distorsionada, pues la mayoría de la juventud que pretende estudiar la profesión se siente atraída más por una especie de estereotipo: los periodistas hacen una labor muy interesante, conocen a gente importante, viajan mucho y pueden participar en los acontecimientos de los cuales todos hablan.

Por otro lado, hay un hálito de brillo, de espectacularidad y de vida llena de movimiento y variedad, que hace que esta actividad sea tremendamente atractiva, especialmente en la juventud inquieta. El deslumbramiento de esas exterioridades muchas veces impide, por eso, ahondar un poco más en la realidad de esta profesión.

*Profesión que, por lo demás, es objeto de una progresiva descalificación como tal, porque existe un creciente número de personas e **instituciones** que consideran que la exigencia de un título universitario para ejercer el periodismo es una grave limitación a la libertad de expresión.*

Pero, así como los objetores de la profesionalización aumentan, también se expande el número de los que creemos que el periodismo cada vez más requiere de una sólida formación universitaria para un correcto ejercicio.

La discusión, quizás, podría circunscribirse a si es requisito el título universitario para acceder al trabajo periodístico o si, además de los titulados en la universidad, pueden ejercer quienes no posean ese cartón y aprendan el oficio trabajando.

Es una polémica, a mi juicio, ociosa. Aquello de que “el periodista nace y no se hace”, está convertido ahora en una afirmación positiva, realista y creadora: “el periodista nace y se hace”. Es decir, requiere una vocación, que supone gusto y aptitudes, y a la vez necesita una formación que se logra, primero, en el aula universitaria; después, en la sala de redacción; y siempre en un deseo permanente y sostenido de aprender, que se prolonga por toda la vida.

Así como el mundo ha avanzado a través de las comunicaciones, del mismo modo las exigencias a quienes son los principales usuarios del progreso de las nuevas tecnologías y posibilidades han ido aumentando en cantidad y calidad.

Los conocimientos que el periodista debe tener no se refieren ya sólo a la forma de reportear, de escribir una crónica o hacer una entrevista amena, sino van muchísimo más allá. El bagaje cultural ha de ser amplio y profundo, su comprensión de los grandes asuntos que interesan a la humanidad deberá ser clara y solvente, su capacidad de transformar lo difícil en fácil y de comunicar lo más complejo y profundo a un público de preparación media e,

incluso, pobre, no se podrá conseguir solamente por intuición. Requerirá una preparación académica.

A la vez, es indispensable que tenga conciencia real de la misión que tiene el periodista, de su responsabilidad social y de la forma ética en que debe conducir su diario accionar.

Muchos periodistas del pasado, algunos muy brillantes y señeros, no tuvieron título universitario específico. Pero si brillaron fue porque suplieron esa carencia dedicando muchísimas horas al estudio, a la lectura, a conocer los secretos de la profesión. La mayoría de ellos, comprendió la realidad, fueron precursores de la profesionalización. A ellos se debe, justamente, la creación de las primeras escuelas de periodismo, y las grandes normas y modelos de reflexión sobre la forma de desenvolverse con mayor eficacia y corrección, fueron de su inspiración.

Las multifacéticas posibilidades que ahora tiene la profesión exigen, pues, que antes de entrar de lleno en su ejercicio, los periodistas tengan conocimiento adecuado y una formación rigurosa.

Comprendiendo la inquietud de quienes sostienen que la profesionalización pudiera ser un obstáculo para la libertad de expresión, pensamos que, cualquiera sean las condiciones legales con que se regule la actividad periodística, la enseñanza universitaria del periodismo seguirá siendo fundamental para mejorar el nivel de esta tarea, elevar el aprecio del público por la profesión y facilitar el trabajo en un medio cada vez más saturado de conocimientos y ávido de novedad.

Todas estas consideraciones vinieron a mi mente al dar respuesta a la inquietud de la joven aspirante a periodista. Porque es importante que quienes van a ser los futuros exponentes de la prensa, la radio o la televisión entiendan cuál es el papel que les corresponde dentro de la sociedad.

El Papa Paulo VI, hijo de un ilustre periodista, definió el periódico de una manera realmente sublime: "El periódico -dijo- no es sólo un espejo pasivo, es un maestro activo...estimula el pensamiento, sugiere lo que hace falta decir, anima la acción, forma la personalidad, en una palabra, es un maestro".

No creo que haya palabras más profundas y sencillas y de tanta proyección. Porque en ese magnífico esbozo de lo que es el periodismo, se ha puesto en el tapete el sentido de responsabilidad que éste tiene.

La primera responsabilidad es la de la búsqueda honesta de la verdad. El periodista debe estar preparado para investigar los hechos y entregarlos sin deformaciones ni mezquindades a un público que confía. Para lograr esto no basta con la buena voluntad. Se requiere un entrenamiento adecuado y una formación maciza. El periodista no solamente debe tener perspicacia y estar atento a descubrir el hilo de los sucesos, sin estar dispuesto a anteponer su deber social y ético a cualquier otra consideración o conveniencia.

Es importante saber en qué medida el periodismo verdadero sólo puede desarrollarse cuando hay condiciones democráticas para su funcionamiento y de qué manera el periodista que se desempeña sobre la base de dichas condiciones ha de hacerlo valiéndose de una formación a prueba de toda fugaz ilicitud”.

Conceptos valiosos

En la huella del **“Efecto Vitamina”**.

Uno o varios de los siguientes términos serán nobles compañeros en procura de conquistar algunos desafíos y en el caso presente de ser protagonista de lo que hemos llamado **“Efecto Vitamina”**: Deseos, ambiciones, sueños, posibilidades, esperanzas.

Cualquiera de esas expresiones tiene que ver con el futuro. En este caso, el de futuros periodistas. Y particularmente involucrados en hacer realidad el **“Efecto Vitamina”**.

Muchísimas posibilidades de que los sueños, las esperanzas, las expectativas se cumplan, tiene que ver con **¡Con ustedes!**

Estimados jóvenes, me refiero a vuestro aporte, a vuestro trabajo, a vuestro esfuerzo, a vuestro compromiso, a vuestro entusiasmo...

Pocas personas han logrado el éxito quedándose en su casa, de brazos cruzados.

La experiencia indica que cuando hay un trabajo metódico, cuando hay sacrificio, cuando hay ganas, se logran objetivos.

Los triunfadores logran su fin a costa de resbalones y de unas cuantas caídas. Pero se paran y siguen hasta obtener su objetivo.

*Hay muchos **no** ganadores (perdedores) que a la primera caída, se rinden y no siguen dando la lucha.*

Es de esperar que entre los lectores de este texto haya muchísimos ganadores.

¡¡De ustedes dependerá!!

Nuestra Carrera de Periodismo es la primera en hacer su aparición pública en 1953. Un poco después, el mismo año, apareció la Carrera de Periodismo de la Universidad de Chile. No son pocos los egresados en nuestra universidad que han llegado a ocupar cargos importantes en los medios tradicionales locales y capitalinos. Han sido nuestros embajadores. Probablemente fueron antecesores de quienes en estos días ocupan cargos tan distinguidos como aquellos.

Cada año, casi medio centenar de jóvenes se suma a la enorme cantidad de periodistas egresados de nuestra carrera. Cada uno de los futuros profesionales, llega con sueños, expectativas, ambiciones, esperanzas de un futuro laboral exitoso.

Pese a que nuestra carrera estuvo 17 años cerrada, por obra del gobierno militar, a poco de la reanudación de sus labores en 1989, logró situarse con rapidez en un primer plano. Y eso tuvo mucho que ver con el apoyo que la universidad le otorgó a la carrera, a los esfuerzos y compromisos de quienes asumieron la tarea docente y a los propios alumnos, que contribuyeron a darle a la carrera una imagen de solvencia, seriedad y compromiso. Estos valores, pensando en el futuro de las nuevas generaciones, hay que conservarlos. Ojalá.

ANEXO

Código de Ética de los periodistas

Se transcribe a continuación el Código de Ética del Colegio de Periodistas de Chile, aprobado el 26 de abril de 2015, en la ciudad de Arica, en la Asamblea Plenaria del XV Congreso Ordinario de la Orden Gremial.

El Colegio de Periodista de Chile, nacido en 1956, al amparo de la Ley 12.045, ha tenido debida participación en definir la línea ética más propia de sus afiliados. Su Código de Ética ha sido revisado varias veces y modificado acorde a los nuevos tiempos que vivimos. El más reciente cambio que se formuló a esa batería de normas se produjo en abril de 2015.

Es pertinente dejar establecido en sus detalles, lo que es el actual Código de Ética, para impulsar los afanes profesionales de los colegiados, especialmente de los más jóvenes egresados de las escuelas de periodismo de nuestro país.

Ética periodística es la definición teórica y la aplicación práctica permanente y obligatoria de normas conductuales, valóricas y de procedimiento, establecidas en el presente Código, que deben observar los miembros de la Orden para que su actuación profesional sea correcta y socialmente valiosa.

El cumplimiento de esta normativa será obligatorio para los periodistas y su resguardo estará a cargo, en primera instancia, de los Tribunales de Ética y Disciplina de los regionales respectivos y del Tribunal Nacional de Ética y Disciplina (TRINED), en caso de apelaciones.

La ética proporciona un marco de trabajo para dirigir las funciones esenciales de los periodistas, establecer políticas y desarrollar estrategias para velar por el correcto desempeño profesional.

Quienes ejercen el periodismo son importantes agentes socializadores que tienen influencia en la formación de valores, creencias, hábitos, opinión y conductas de los distintos estamentos de la sociedad.

La información en periodismo se entiende como un bien social y no como un producto, lo que significa que el periodista comparte la responsabilidad de la información transmitida y es responsable, no sólo ante quienes controlan los medios, sino principalmente ante la sociedad.

La responsabilidad social del periodista requiere que él o ella actúen, bajo todas las circunstancias, en conformidad con el sentido ético personal y asuman el papel que desempeñan en la información transmitida, no pudiendo escudarse en los criterios impuestos por quienes controlan los medios cuando no se informa con veracidad y objetividad.

La responsabilidad social del periodista requiere que actúe, bajo todas las circunstancias, en conformidad con el sentido de las normas éticas socialmente aceptadas y por las establecidas en este Código.

El compromiso del periodista con la sociedad y su deber de entregar información verificable a la ciudadanía es irrenunciable y es su obligación impedir que, bajo ninguna circunstancia, ya sea por presión editorial, publicitaria, política o económica, ésta sea alterada. La omisión, manipulación o el falseamiento de la información es una falta grave que atenta contra la esencia de la actividad de un o una periodista.

Cualquier presión o intento en este sentido, que reciba un periodista para modificar, alterar y/u omitir dolosamente la información en el ejercicio de su labor, debe ser denunciada al Colegio de Periodistas de Chile, el que está obligado a prestar amparo a quienes se vean afectados por defenderla.

El masivo acceso a la información cierta, confiable, oportuna, permanente y sin censura, incide en la mantención y elevación de la dignidad y calidad de vida de las personas y permite a todos los estratos de la ciudadanía, informarse, optar y participar con igualdad de oportunidades en la toma de decisiones y actuaciones de la sociedad.

El avance de las tecnologías de información y comunicación abre nuevos espacios para la labor de los periodistas, a los cuales se hacen extensivas las disposiciones establecidas en este Código.

I. Del deber ser de los periodistas

Primero:

Los periodistas están al servicio de la sociedad, los principios democráticos y los Derechos Humanos. En su quehacer profesional, el periodista se regirá por la veracidad como principio, entendida como la entrega de información responsable de los hechos. El ejercicio del periodismo no propicia ni da cabida a discriminaciones ideológicas, religiosas, de clase, raza, género, discapacidad en todas sus formas, ni de ningún otro tipo, que lleven a la ofensa o menoscabo de persona alguna, o atenten contra la veracidad de los acontecimientos.

Segundo:

El o la periodista difundirá sólo informaciones fundamentadas, sea por la correspondiente verificación de los hechos, en forma directa o a través de distintas fuentes, así como la confiabilidad de las mismas.

Tercero:

El o la periodista no manipulará, bajo ninguna circunstancia, ni será cómplice de modificar, alterar u omitir dolosamente la información.

Cuarto:

Es deber de los periodistas recurrir a todos los medios legítimos y necesarios a su alcance, a fin de evitar que se dicten o apliquen disposiciones que disminuyan, dificulten o anulen el ejercicio de la libertad de expresión y el derecho de la sociedad de acceder a la información. En caso de estar vigentes leyes o reglamentos de ese carácter, deberán trabajar en favor de su derogación.

Quinto:

Ningún periodista podrá hacer uso o invocar la aplicación de leyes que lesionen la libertad de expresión e información, ni aun a pretexto de hacerlo fuera del ejercicio profesional.

Sexto:

El periodista deberá establecer siempre, al informar, una distinción clara entre los hechos, las opiniones y las interpretaciones, evitando toda confusión o distorsión deliberada de éstos.

Séptimo:

El periodista debe transparentar sus fuentes para legitimar ante la sociedad la información entregada. Sólo debe silenciarlas si éstas se lo pidieren, previa confirmación de su idoneidad y confiabilidad, respetando así la confianza otorgada al entregársele antecedentes reservados.

El periodista no inventará fuentes, encubriéndolas como “un cercano”, “un vocero”, “un alto funcionario de la institución”, etc., resguardando de este modo la credibilidad y dignidad de la profesión, tal como lo establece este Código.

En el caso del periodismo digital, debiera además, incluir un link o vínculo a la fuente, a fin de ampliar la información para el lector o lectora, en caso de que lo necesite.

Octavo:

El periodista no podrá publicar por adelantado ningún material informativo suministrado para su publicación en una fecha y hora previamente determinadas (embargo).

II. *Del periodismo digital***Noveno:**

Las recomendaciones de ética profesional señaladas en este Código para los profesionales que trabajan en medios tradicionales, son extensivas a los periodistas que se desempeñan en redes sociales y/o plataformas tecnológicas de la información.

Décimo:

El o la periodista que utilice material informativo desde la Red está obligado a citar el origen del mismo. Es decir, el periodista debe actuar con el mismo rigor que aplica en las fuentes de información de otras plataformas.

III. Del periodista y sus pares

Undécimo:

El periodista debe prestar solidaridad a los colegas que sufran persecuciones y agresiones en sus diversas formas por causa de su correcto ejercicio profesional.

Duodécimo

Los periodistas reconocerán la potestad ética del Colegio de la Orden sobre sus actuaciones.

Decimotercero:

Todo periodista deberá prestar declaración en un sumario o concurrir a la audiencia a la que sea citado por cualquiera de los Tribunales de Ética y Disciplina del Colegio de Periodistas de Chile.

Decimocuarto:

Si un periodista tuviese fundados reparos o dudas respecto del proceder ético de algún colega, debe poner los antecedentes en conocimiento de los tribunales regionales de ética o de las autoridades nacionales o regionales de la Orden, las que derivarán el caso de acuerdo con los procedimientos vigentes.

Toda difusión con intención dolosa de la denuncia y del fallo, y de cualquier etapa del procedimiento, será considerada como falta.

Decimoquinto:

El o la periodista colaborará con el fortalecimiento de la Orden. En caso de existir disensos con los acuerdos adoptados por el Consejo Nacional o cualquiera de las demás instancias de la Orden, éstos deberán canalizarse a través de los organismos pertinentes.

IV. Del periodista y su fuente laboral

Decimosexto:

El material gráfico y los titulares siempre deberán tener concordancia con los textos que le corresponden, de modo que el lector, televidente o

auditor no sea inducido a confusión o engaño. Del mismo modo, los títulos, subtítulos, leads, bajadas, frases destacadas, lectura de fotografías y otros, deben expresar fielmente lo dicho por las personas entrevistadas o citadas en el cuerpo de la información.

El material gráfico, en periodismo digital, impreso o audiovisual, deberá señalar claramente cuando se trata de imágenes de archivo. Lo anterior es particularmente vigente para el periodismo audiovisual, donde se debe explicitar cuando las imágenes utilizadas como complemento al discurso oral o escrito correspondan a material de archivo y no a registros del acontecimiento sobre el que da cuenta la noticia.

Decimoséptimo:

El periodista acreditará su condición de tal, a fin de asegurar que la opinión pública sepa distinguirlo de otros participantes en programas de televisión, radio u otros medios de comunicación.

Decimoctavo:

Los periodistas no podrán introducir cambios sustanciales en el contenido del material periodístico de un colega, sin la autorización expresa del autor que firma el trabajo periodístico.

Decimonoveno:

El periodista establecerá siempre una distinción clara entre los mensajes informativos y los publicitarios, evitando toda confusión o distorsión deliberada de ellos.

Vigésimo:

El o la periodista deberá transparentar los posibles conflictos de interés que puedan tener incidencia sustancial en la orientación del trabajo periodístico final.

Vigésimo primero:

Los periodistas deberán defender la dignidad del ejercicio profesional en todos sus ámbitos, a fin de evitar situaciones de aprovechamiento y menoscabo a los profesionales de esta actividad.

Vigésimo segundo:

En el ejercicio profesional, el o la periodista deberá actuar siempre de acuerdo con su conciencia y no podrá ser sancionado por ello. Consecuentemente, deberá luchar por el establecimiento de la cláusula de conciencia plena en su relación con los empleadores, velando por su estricto cumplimiento y su permanencia en el tiempo.

Vigésimo tercero:

El periodista rechazará y denunciará cualquier intento de presión que tenga por finalidad hacerle transgredir las normas de este Código; y pondrá en conocimiento de las instancias del Colegio de la Orden cualquier acción en este sentido.

V.- Del periodista y la sociedad**Vigésimo cuarto:**

El o la periodista resguardará el derecho de la sociedad a tener acceso a una información veraz, plural, responsable y oportuna.

También ejercerá su influencia ante el medio de comunicación respectivo para que se garantice el derecho legal a rectificación y enmienda; y que éste se cumpla en los plazos legales y en condiciones similares, sin modificaciones.

Vigésimo quinto:

El o la periodista respetará la dignidad y vida privada de las personas. En esto se guiará por las definiciones y normas consignadas en la legislación chilena y los instrumentos internacionales. La excepción a esta norma se dará cuando la divulgación de actos privados sea necesaria por razones de interés público.

El periodista respetará la intimidad de las personas en situación de aflicción o dolor, evitando las especulaciones, el morbo y la intromisión gratuita en sus sentimientos y circunstancias cuando ello no represente un aporte sustancial a la información.

Vigésimo sexto:

El periodista debe salvaguardar la presunción jurídica de inocencia, mientras los tribunales de justicia no resuelvan en contrario.

Vigésimo séptimo:

El periodista deberá contribuir a sensibilizar a la opinión pública sobre la situación de los sectores de la población que viven condiciones de desigualdad. Asimismo, colaborará en la defensa de la naturaleza como un bien colectivo y promoverá la denuncia de hechos que generen contaminación y destrucción ambiental.

Son también faltas a la ética profesional:

- Contravenir cualquiera de las normas y recomendaciones contenidas en el presente Código.
- El soborno, el cohecho (conocido también como palangre) y la extorsión.
- El plagio y el irrespeto a la propiedad intelectual.
- La difamación, la calumnia y la injuria.

Vigésimo octavo:

El periodista no utilizará su influencia profesional ni la información privilegiada que recibe en el desempeño de su trabajo, en beneficio propio, de parientes o de terceros interesados.

Vigésimo noveno:

De acuerdo al principio jurídico, este Código de Ética se da por conocido por todos, en consecuencia, no se podrá recurrir a su desconocimiento como causal para exención de responsabilidades.

Aportes bibliográficos

- *Manual de Periodismo*, Vicente Leñero-Carlos Marín, Ediciones Grijalbo, 2012.
- *Estudios de Periodismo*, Nº 4, Escuela de Periodismo Universidad de Concepción, octubre de 1998. Artículo de Ricardo Hepp K. ¿“Dónde está el editor?”
- *Ética periodística*, María José Lecaros, Colección “Actualidad e Información, Santiago 1989.
- *Periodismo Profesión*, Enrique de Aguinaga; Ediciones Fragua, 1980, Madrid.
- *Manual para periodistas: Ética y Derecho*, Fundación de la Prensa, Chile, 2006.
- *Nuevo Periodismo*, Seminario en Monterrey, México, 28-29 agosto de 2006.
- *Errores Ortográficos más frecuentes en el periodismo chileno*: Héctor Velis-Meza.
- *El Periódico Digital: características de un nuevo medio*. Alejandro Rost, (2003).
- *Centro de Ediciones Solidarias (CCS, España)*.
- *Arte y sentido del periodismo*, Edmond Coblenz, 1966.
- *Cartillas de estilo*, diario *El Sur* (1986); diario *Crónica* 1990.
- *Periodismo Independiente*, Tribuna Ciudadana, 24 septiembre de 2013.
- *Profesionalismo, identidad y movimientos alternativos en la práctica periodística*, José Luis Dader, Madrid, 2014.
- *Géneros periodísticos informativos*, Guillermina Baena, Editorial Paz, México, 1990.
- *DeConceptos.com*, 2018.
- *Estilo periodístico*, Colección “Actualidad e información”, Eliana Rozas, UC, 1988.
- *Código de Ética del Colegio de Periodistas de Chile*
- *La palabra pública, Ética y Periodismo*, Renato Hevia, S.J.; Ediciones San Pablo, 1994.
- *La profesión de Periodista, una visión ética*. Emilio Filippi, 1991, Editorial Atenea.

Palabras finales

Un nuevo desafío cumplido.

Y en un año muy especial para la Universidad de Concepción. El 14 de mayo del 2019 cumplió su primer centenario. Se trata de una fecha de enorme significación.

Un siglo no es menor. En cien años han ocurrido muchísimas situaciones, que han contribuido a la linda historia de esta Casa de Estudios Superiores.

Para quienes han tenido la suerte de estudiar aquí y, más tarde, volver para efectuar labores docentes, el orgullo es doble. El autor de este texto no lo puede disimular. Además, tuvo la suerte de formar familia, con una esposa (Liliana Saavedra) que también estudió en esta universidad (Enfermería) y lo propio hicieron los dos hijos, Carlos, ingeniero forestal y Carolina sicóloga (Premio Universidad en el año 2000), entonces hay más razones para que el orgullo crezca.

La alegría también es grande, porque la UdeC se ha transformado en un plantel valorado nacional e internacionalmente.

Fue en 1990 cuando tuvo la oportunidad de incorporarse a la planta docente de la recién reabierto Carrera de Periodismo de la UdeC.

Muchos de los conceptos mencionados en este texto están grabados en experiencias personales que tuvo en el desempeño profesional, desde que en 1980 decidió cambiar el periodismo industrial por el periodismo del día a día. Estuvo casi diez años en la Planta Siderúrgica Huachipato. Empezó como reportero de "Metalito", la publicación industrial que llegó a tener la mayor antigüedad en su género, en Chile, pues circuló en la industria casi 40 años.

En 1980 decidió reintegrarse al periodismo. Aceptó una oferta de Diario El Sur. Estuvo cinco años en la Sección Deportes y en 1986 pasó a ser editor de Crónica Local. Ahí, fueron diez años de grandes vivencias.

En 1995 la empresa decidió sacar a circulación de nuevo el tabloide Crónica y fue designado su director. Experiencia que califica de maravillosa. Tuvo que formar el equipo periodístico y, como ya tenía cinco años de docencia en la Carrera de Periodismo de nuestra universidad, se comprenderá que la mayor parte de los periodistas del nuevo diario eran ex alumnos y

algunos que todavía lo eran. Fueron diez años de enormes satisfacciones, por el estilo con que se impregnó al periódico (“popular, pero no vulgar”) y por la forma en que la comunidad provincial lo acogió y le dio preponderancia en el tiraje.

Ya tuvo la oportunidad de editar un texto de apoyo a la docencia. Fue un libro relacionado con la entrevista y el reportaje. Ahora sumará este breve compendio, que igualmente está dirigido de modo especial a los estudiantes de periodismo de primer año.

El “**Efecto vitamina**” en la presentación noticiosa, constituye una visión muy compartida por muchos periodistas. Y es que el “**Efecto vitamina**” es un factor primordial en el desempeño de todo el que se precie de ser un buen reportero. Y esto vale en el tiempo y en distintos lugares.

El autor confía en que mucho de lo que aquí ha quedado escrito pueda contribuir a los talentos de las nuevas generaciones de estudiantes. No es difícil procurar el “**Efecto vitamina**” en la entrega noticiosa. Vale, por tanto, no perderlo nunca de vista.

A riesgo de aparecer reiterativo, pone de nuevo la virtud de la prudencia, como arma fundamental a favor del trabajo reporteril. Los tiempos que vivimos, con gran presencia del materialismo y del individualismo en los más distintos ámbitos del quehacer moderno, requieren de esfuerzos significativos de quienes se sienten buenas personas. Una manera de expresarlo es con la prudencia al pensar, al hablar y al actuar. Un reportero prudente siempre tendrá éxito en su labor cotidiana. Y el “**Efecto vitamina**” en torno a su trabajo, se notará de modo frecuente, sobre todo si es un periodista empeñoso, dedicado, comprometido con la causa noticiosa.

Coq.