

Chasqui

Revista Latinoamericana
de Comunicación

No. 60 - MARZO 1998

Director (E)

Jorge Mantilla Jarrín

Editor

Fernando Checa Montúfar

Consejo Editorial

Jorge Mantilla Jarrín

Fernando Checa Montúfar

Lucía Lemos

Nelson Dávila Villagómez

**Consejo de Administración de
CIESPAL**

Presidente, Víctor Hugo Olalla,
Universidad Central del Ecuador.

Mario Jaramillo,

Ministro de Educación y Cultura

Abelardo Posso,

Min. Relaciones Exteriores.

León Roldós, Universidad de Guayaquil.

Carlos María Ocampos, OEA

Consuelo Feraud, UNESCO.

Carlos Ayala, FENAPE.

Héctor Espín, UNP.

Tulio Muñoz, AER.

Asistente de Edición

Martha Rodríguez

Corrección de Estilo

Manuel Mesa

Magdalena Zambrano

Portada y contraportada

Fabián Rodríguez Vásquez

Impreso

Editorial QUIPUS - CIESPAL

Chasqui es una publicación de CIESPAL.

Apartado 17-01-584. Quito, Ecuador

Tel. 506 149 544-624.

Fax (593-2) 502-487

E-mail: chasqui@ciespal.org.ec

<http://comunica.org/chasqui>

Registro M.I.T., S.P.I.027

ISSN 13901079

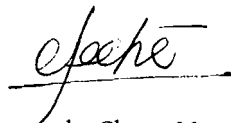
Los artículos firmados no expresan necesariamente la opinión de CIESPAL o de la redacción de Chasqui. Se permite su reproducción, siempre y cuando se cite la fuente y se envíen dos ejemplares a

Chasqui.

NOTA A LOS LECTORES

En 1997 se evidenció una creciente preocupación por la ética periodística en América Latina. Solo en Venezuela se realizaron 5 encuentros internacionales sobre el tema. El Taller de Periodismo Iberoamericano, fundado y presidido por Gabriel García Márquez, desarrolló 9 talleres en varios países de la región. El International Center For Journalists (ICFJ), con sede en Washington, concretó 4 seminarios con la participación de periodistas y directores de medios latinoamericanos. Además de incontables eventos con características nacionales. Esto es positivo porque permite vislumbrar la superación de un viejo problema: la falta de discusión y reflexión grupal (como debe ser) dentro de los medios, las universidades, los gremios y las organizaciones de defensa ciudadana (siempre ausentes). Sin embargo, el enfoque de los análisis ha estado centrado, en la mayoría de los casos, en la responsabilidad ética del periodista y del medio, en este orden. Con **Ética, medios, periodistas**, Chasqui quiere involucrarse en el debate (no es la primera vez, véase especialmente el *dossier* de la edición 41), potenciarlo y mantenerlo como tópico fundamental en la agenda de prioridades del periodismo de la región. Pero, además, relieves dos hechos muy importantes, entre otros. El uno, que la responsabilidad ética del periodismo radica, principalmente, en los dueños y directores de medios quienes son los que establecen las políticas editoriales (en muchos casos, determinadas drásticamente por el negocio y no por el servicio) que orientan la actividad profesional de los periodistas (algunos de los cuales, lamentablemente, la ejercen a base de intereses espúreos). El otro, no menos importante, es que lo ético no tiene que ver únicamente con el quehacer profesional específico del periodismo, sino con una dimensión mucho más amplia, donde sus derechos y obligaciones (es decir, lo deontológico) estén orientados a la consecución de una información y una comunicación más plurales, más democráticas. En suma, el periodista, como ciudadano y profesional, no puede, por acción u omisión, abstraerse de hechos que atenten a los derechos a la información y a la comunicación, pues la ética no puede limitarse a la libertad de expresarse y hacerlo con responsabilidad, sino contribuir a que ello sea posible para todos, en un marco de pluralidad y justicia. Tal el sentido de este *dossier*, y nuestra propuesta.

Los medios en el medio es un título que "expropiamos" a José Ignacio López V. (véase Chasqui 59) y con el cual se destaca el rol nodal y las tres funciones fundamentales que los medios tienen en la sociedad contemporánea: legitimar lo que transmiten, establecer la realidad (*agenda setting*) y mediar, para bien o para mal, entre el poder y la ciudadanía. Y estas funciones adquieren mayor fuerza si se consideran la masificación, globalización y tecnologización que los medios están teniendo; y el grado de confianza y credibilidad que sobre ellos tiene la sociedad, muy especialmente en América Latina donde alrededor de dos tercios de su población creen en ellos. Así, el cuarto poder, "tal como van las cosas, enfatiza José Ignacio, quizás ya sea el primero, o el trampolín para el primero". En este contexto, es preciso enriquecer una reflexión amplia y profunda que plantee mecanismos idóneos, más allá de la censura y autocensura, para regular ese poder; mecanismos que no solo promuevan y fortalezcan los derechos de los perceptores, sino su activa y enriquecida participación, en este mundo conflictivo, globalizado y extremadamente mediático.



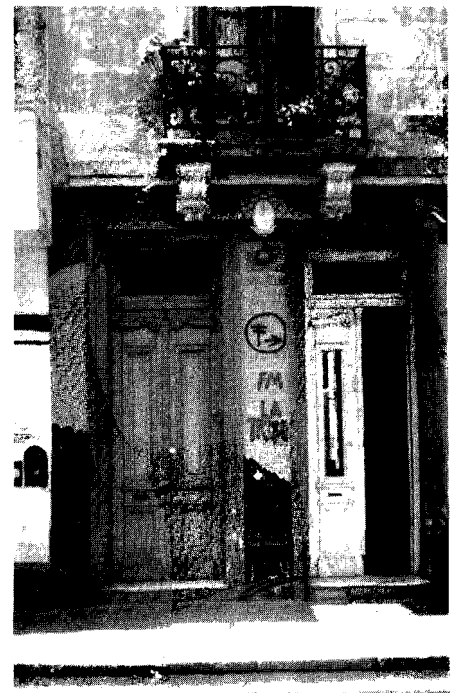
Fernando Checa Montúfar
Editor

ÉTICA, MEDIOS, PERIODISTAS



LOS MEDIOS EN EL MEDIO

Los medios legitiman, establecen la realidad y representan (para bien o para mal) a la ciudadanía. Por eso están en el medio, en el centro de una sociedad conflictiva, creciente y globalmente mediática.



La realización en la región, en los pasados meses, de una gran cantidad de foros sobre ética periodística es un buen síntoma, siempre y cuando se amplíen y motiven una discusión permanente en los medios, universidades, gremios e instancias ciudadanas, y se proyecten en favor de una sociedad más plural y más justa.

- 4 Ética y comunicación
Andrés León Calderón
- 9 Tecnología y ética, un nuevo futurismo moral
Rushworth M. Kidder
- 13 Problemas éticos en América Latina
John Virtue
- 18 FIP: Principios de conducta
Katia Gil
- 20 Decisiones a la hora del cierre
Deborah Potter, Bob Steele
- 24 La pasión por la dignidad
Ética y pastoral de la comunicación
Adolfo Contreras Baspinoiro
- 29 Ética y sentido común
John Dinges
- 34 Definiendo algunos términos
ICFJ

36 A. L.: la ética de los reporteros y editores

38 Periodismo, ética y democracia



39 Medios: regulación y autorregulación
Diego Araujo Sánchez

42 Nuevos contextos para un derecho en cambio
Germán Rey

47 Grupos de presión y proceso comunicativo
Antonio Castillo Esparcia

52 ¿Radios ciudadanas?
José Ignacio López Vigil

55 Tipologías radiofónicas: una propuesta sistémica
Irving Berlin Villafañá

59 En torno al periodismo de la comunidad
Elaine Tavares

62 Hacia el 2000: desafíos informativos de la radio

APUNTES

66 Los desafíos comunicacionales del Mercosur
José Marques de Melo

70 Los periodistas en la mira
Cailin Mackenzie

72 La lectura como viaje
Jaime Iturri Salmón



NUEVAS TECNOLOGIAS

75 El ciber mundo: aspectos positivos y negativos
Manuel Calvo Hernando

79 Púlsar: dos años de radio e Internet
Bruce Girard

IDIOMA Y ESTILO

81 Una emergencia ortográfica
Hernán Rodríguez Castelo

84 NOTICIAS

86 ACTIVIDADES DE
CIESPAL

RESEÑAS

87 Revistas iberoamericanas de comunicación
Daniel E. Jones

91 Libros



PORTADA Y CONTRAPORTADA

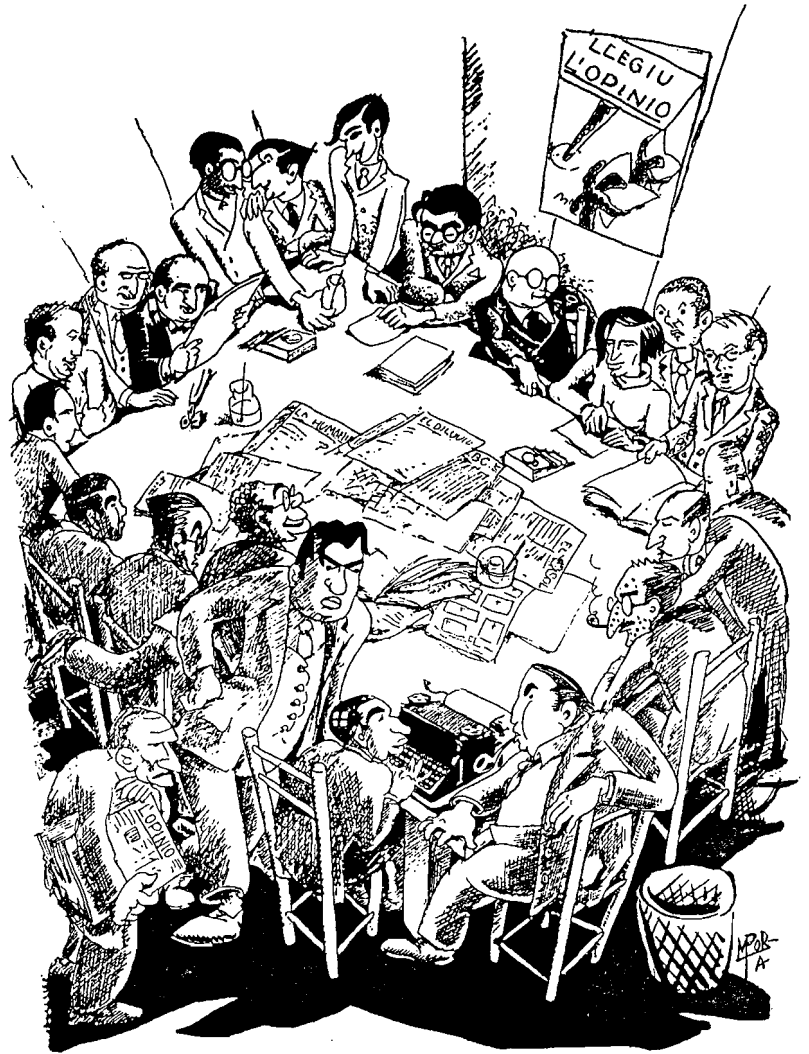
FABIAN RODRIGUEZ
VASCONEZ
Ecuatoriano

"Testigos del Tiempo".
Oleo sobre madera con
pirograbado y collage.
46 x 38 cm

DEBORAH POTTER
BOB STEELE

Decisiones a la hora del cierre

Los periodistas necesitan seguir un proceso, para tomar decisiones éticas acertadas, cuando enfrentan varias alternativas difíciles en su trabajo diario. El caso de estudio sugerido en este artículo plantea el reconocimiento de ciertos principios que guían al periodista y desarrolla un proceso que podría ayudar a resolver eficientemente los dilemas. Reflexionar en torno a estudios de caso y hechos reales, permite aprender habilidades para tomar decisiones éticas que pueden ser explicadas y justificadas a un público escéptico.



Capçalera 80, España

Los niños están sucios y delgados. Ninguno sobrepasa los 12 años de edad. Trabajan diez horas al día, seis días a la semana, en alfarería para la exportación. Les pagan veinte centavos la hora, menos de la mitad del salario mínimo del país. Y, ellos están "dispuestos a hablar".

Imagínese que es un periodista trabajando en una noticia acerca del trabajo infantil. Acaba de encontrar una mina de oro. Estos niños son prueba de que los menores de edad están siendo explotados, en un país donde la constitución prohíbe a los empleadores contratar

menores de 14 años y es ilegal el trabajo de más de 45 horas a la semana.

El dueño de la fábrica confirma lo anteriormente descrito, pero sostiene que solo es una parte de la historia. Señala que los niños reciben desayuno y almuerzo gratis, la única comida que ellos pueden estar seguros que van a recibir en el día. Estos niños proveen la única

DEBORAH POTTER, estadounidense. Master en periodismo y educadora. Actualmente es profesora en el Instituto Poynter para Estudios de Medios en St. Petersburg, Florida. E-mail: dpotter@poynter.org

BOB STEELE, estadounidense. Doctor en periodismo y educador. Director de los programas de periodismo y ética en el Instituto Poynter.

Artículo traducido del inglés por Luis Botello.

entrada económica a sus familias. "Si usted publica la noticia, sus familias pasarán hambre", manifiesta el dueño de la fábrica.

¿Se debe o no publicar la noticia? Esta situación nunca ha pasado exactamente, pero podría pasar. Es un caso de estudio que presenta alternativas parecidas a los dilemas que enfrentan los periodistas diariamente. El caso de estudio es una herramienta útil para estimular la discusión acerca de los problemas que los periodistas tienen que enfrentar. Con el análisis de casos, reales o ficticios, los periodistas pueden aprender la habilidad y desarrollar el proceso que les servirá en las condiciones del mundo real. El caso mencionado tiene múltiples dimensiones y las alternativas son difíciles de calificar entre blanco y negro.

Brújula moral

El primer paso al tomar una decisión ética es considerar qué principios sirven de guía en nuestro trabajo. Aparte de las enormes diferencias económicas, tradiciones, hábitos de trabajo y entrenamiento, hay una cantidad sorprendente de acuerdos entre los periodistas alrededor del mundo, acerca de lo que creen que es correcto y por qué hacen el trabajo que hacen. Los periodistas quieren informar al público acerca de eventos y temas significativos, servir como vigilantes de los poderosos, ser exactos y justos, así como realizar su trabajo sin interferencia exterior. Estas metas forman el principio central del Código de Ética adoptado, en 1996, por la Sociedad de Periodistas Profesionales de los Estados Unidos:

1. Buscar la verdad y reportarla. Los periodistas deben ser honestos, justos y valientes al recolectar, reportar e interpretar la información.
2. Minimizar el daño. Los periodistas éticos deben tratar a sus fuentes, sujetos y colegas como seres humanos que merecen respeto.
3. Actuar independientemente. Los periodistas deben estar libres de obligación a cualquier otro interés que no sea el derecho a saber del público.
4. Ser responsable. Los periodistas deben ser responsables para con sus lectores, radioescuchas y televidentes.

Estos cuatro principios sirven como un compás moral para los periodistas, ofreciendo dirección y guía a los reporteros, cronistas gráficos, editores, escritores y productores. Pero el compás moral ofrece solo una guía, no soluciones. Estos principios no se levantan solos. Ellos compiten y se contradicen entre sí. Los periodistas deben tomar decisiones al poner en la balanza sus principios y determinar sus prioridades.

¿Derecho individual o servicio al público?

En el caso del trabajo infantil y la fábrica de alfarería, el principio de buscar la verdad choca con el principio de minimizar el daño. El reportero debe reconocer que publicar la noticia puede tener consecuencias negativas para los menores y sus familias, así como para otros trabajadores que podrían perder su trabajo. Pero el no publicar la noticia podría violar el propósito del periodista de informar al público acerca de los serios problemas sociales en su país.

El reportero enfrenta un conflicto entre proteger el derecho individual y servir al público, entre decir la verdad y demostrar respeto, entre ser valiente y compasivo, entre actuar independientemente y ser responsable. ¿Cómo decidir?

Los periodistas no deben ser influenciados indebidamente por los argumen-

tos del dueño de la fábrica, quien obviamente tiene un interés personal en la noticia más allá de su preocupación por el bienestar de los niños. El propietario quiere parar la noticia por sus propios intereses. Ciertamente, el reportero debe considerar el impacto de la noticia en el propietario de la fábrica. No obstante, el principio de independencia requiere de periodistas libres de cualquier obligación hacia un interés especial que choque con el derecho del público a ser informado. Al mismo tiempo, el periodista en este caso, debe ser responsable de sus acciones, reconociendo el posible impacto negativo que puede producir la publicación de esta noticia. Nuevamente, ¿cómo decidir?

La trampa del "sí o no"

Cuando surgen conflictos como este, muchas veces los periodistas toman decisiones basadas principalmente en lo que creen es mejor ante las circunstancias inmediatas. Para estar seguros, acuden a su experiencia periodística. Posiblemente, también toman en cuenta lo que han aprendido de sus padres, escuela, instituciones religiosas, etc. Regularmente, los periodistas toman una decisión demasiado rápida, basada en sentimientos más que en razonamientos. Pregúnteles acerca de esto y ellos le dirán que estaban tratando de hacer lo correcto.



Los periodistas éticos tratan a sus fuentes como seres humanos que merecen respeto.

Sus motivos pueden valer la pena y sus alternativas pueden ser buenas al final de cuentas, pero la manera en que ellos tomaron sus decisiones tiene defectos, porque actuaron emocionalmente y la razón jugó un papel pequeño o ninguno. Un periodista que toma decisiones de esta manera, regularmente actúa solo y no tiene la oportunidad de considerar diferentes puntos de vista. Y cuando los colegas están en desacuerdo, se porta a la defensiva. Las posiciones se endurecen. Puede que haya mucha conversación acerca del tema, pero nadie escucha.

En otras salas de redacción, he encontrado que frecuentemente los periodistas toman decisiones basadas en reglas claras y establecidas. "Nosotros nunca nombraremos a sospechosos criminales que sean jóvenes", es una regla común. "Nosotros no reportaremos que una muerte fue suicidio". Por su propia naturaleza, estas reglas son muy rígidas. No hay oportunidad de cuestionarlas o discutir su aplicación. Son absolutas. ¿Realmente lo son? La mayoría de los periodistas pueden afirmar que aun si en sus salas de redacción tienen reglas, hay ocasiones en que estas re-

glas se han doblegado o roto. Por ejemplo, aun si su regla es "nunca hacer una noticia sobre suicidio", pero sí se la hizo cuando la persona envuelta es una figura pública prominente. Estas excepciones prueban que, tanto las salas de redacción que operan a base de un código de conducta, como aquellas donde los periodistas juzgan rápidamente las noticias según sus propios sentimientos, no siempre toman buenas decisiones éticas.

Lo que hace falta en las salas de redacción es la reflexión y el razonamiento para reunir y considerar las variadas alternativas de acción. El reportero que estaba en la fábrica de alfarería consideró solo dos posibilidades: publicar la noticia y decir la verdad o no publicarla y evitar el daño a los niños; así, un principio tiene que ser sacrificado por el otro. Sin embargo, el periodista debe considerar seriamente cada principio y poner en la balanza las acciones que puedan apoyar cada principio. En este caso, el reportero debe considerar cuánto daño puede causar con decir la verdad. El debe lograr un balance razonable entre el principio de mantener la verdad y reportarla, y el principio de minimizar el daño.

Proceso y trayectoria

En el Instituto Poynter para Estudios de los Medios enfatizamos el proceso de decisión, tomando en cuenta cómo y por qué los periodistas toman tales decisiones. Los periodistas necesitan realizar ciertas preguntas para tomar decisiones éticas. A continuación algunas que podrían servir de guía:

1. ¿Qué sé? ¿Qué necesito saber?
2. ¿Cuál es mi propósito periodístico?
3. ¿Cuáles son mis preocupaciones éticas?
4. ¿Qué políticas organizacionales y guías profesionales debo considerar?
5. ¿Cómo puedo tomar en cuenta a otras personas con perspectivas diferentes e ideas diversas en el proceso de tomar las decisiones?
6. ¿Quiénes son los perjudicados por mi decisión? ¿Cuáles son sus motivaciones? ¿Cuáles son legítimas?
7. ¿Qué sucedería si los roles se revierten? ¿Cómo me sentiría si me pongo en el lugar de uno de los afectados?

8. ¿Cuáles son las posibles consecuencias de mis acciones? ¿A corto plazo? ¿A largo plazo?
9. ¿Cuáles son las alternativas para mantener mi responsabilidad de decir la verdad y minimizar el daño?
10. ¿Puedo yo justificar completamente mis pensamientos y decisión ante mis colegas, los afectados, el público?

Debe estar claro que en esta lista de preguntas, los sentimientos personales y los códigos de ética tienen un lugar en el proceso; sin embargo, no son el principio ni el final. Las reglas, guías y emociones humanas (¿cómo me puedo sentir?) deben ser consideradas así como muchos otros factores. Estos son balanceados en el proceso de razonamiento, que contribuye a identificar mejor los problemas éticos, considerados como propósito periodístico y toma en cuenta las acciones y posibles consecuencias de cada alternativa.

Un aspecto importante de este proceso es la inclusión de otras personas en la discusión. Esto quiere decir, la participación no solamente de colegas o supervisores, sino también de otras personas cuya experiencia puede ser diferente, como consultores no relacionados con el medio, expertos en el tema, quienes pueden proveer de información útil al tomar las decisiones. Estos consultores fuera del medio pueden contradecir sus estimaciones y motivarlo a que vea otras alternativas razonables. Con el tiempo, muchos periodistas establecen relaciones con personas cuyos puntos de vista respetan: un antiguo profesor, por ejemplo.

Una pregunta clave es la de los involucrados en una noticia. Estos no solamente son las personas directamente afectadas, sino también todo aquel que, de una u otra forma, pudiera ser afectado por la noticia. En el caso de la fábrica de alfarería, la lista de involucrados no solo incluye a los niños y al propietario de la fábrica, sino también a sus familias, trabajadores y propietarios de otras fábricas, inspectores de gobierno, importadores, público en general, el periodista que cubre la noticia y el medio donde trabaja. Por cada persona involucrada, las preguntas motivantes deben ser examinadas ¿Por qué el propietario de la fábrica está hablando a los reporteros

El caso de estudio es una herramienta útil para estimular la discusión acerca de los problemas que los periodistas tienen que enfrentar. Con el análisis de casos, reales o ficticios, los periodistas pueden aprender la habilidad y desarrollar el proceso que les servirá en las condiciones del mundo real.



sobre las comidas gratis que da a los niños? ¿Por qué está pidiendo a los periódicos que no publiquen la noticia? ¿Cuál es su interés personal? ¿Qué motiva al periodista publicar la noticia? ¿Está el periodista considerando que la exclusiva pudiera conseguirle un aumento de salario o un premio de prensa?

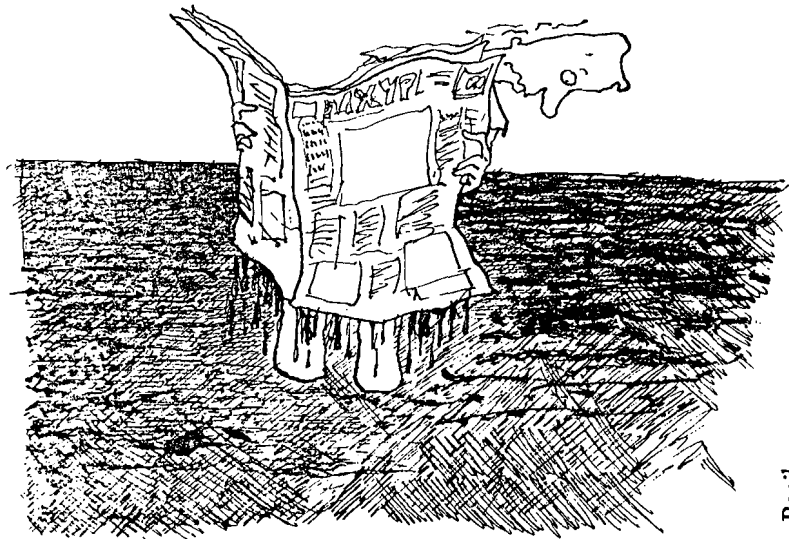
Antes de tomar una decisión, los periodistas también deben considerar una amplia gama de alternativas, no únicamente si se debe o no publicar la noticia. Hay muchas alternativas posibles en el caso de la fábrica de alfarería: publicar toda la noticia, con la excepción de las fotografías que identificarían a los niños, o escribir la noticia sin usar nombres, o sin revelar el nombre de la fábrica ni su ubicación. El periódico puede decidir no publicar la noticia inmediatamente y esperar hasta que el reportero consiga más información o hasta que pueda preguntar a las familias de los niños cómo se sentirían si ven publicada la noticia.

Considerar las posibles consecuencias de cada alternativa, para cada uno de los involucrados, es otro paso importante en este proceso. ¿Qué les pasaría a los niños de la fábrica si la noticia es publicada? ¿Qué les pasaría a los otros miles de niños si la noticia no es publicada? ¿Puede la publicación de la noticia, sin muchos detalles, afectar la credibilidad del medio?

Solamente realizando preguntas que consideren la noticia desde varios ángulos, los periodistas pueden tomar decisiones acertadas. Este proceso ayuda a realizar un balance entre los principios y valores encontrados, a entender por qué toman las decisiones que toman, y los prepara para explicar al público estas decisiones. Esto no significa que sus decisiones serán ampliamente aceptadas. Simplemente significa que las personas fuera de la sala de redacción, no involucradas en la noticia e informadas acerca del proceso, se darán cuenta de que la decisión fue tomada de una manera cuidadosa y considerada.

Habilidad con una herramienta afinada

El proceso delineado aquí puede que no sea práctico. Los periodistas se preguntarán cómo aplicar este proceso en un caso real, cuando las decisiones deben tomarse rápidamente, bajo presión del dueño del medio, políticos, publicis-



Bonil

tas y otros. Nosotros reconocemos el ambiente competitivo, en el cual la mayoría de periodistas trabaja, y que a la hora del cierre no hay tiempo para revisar lenta y sistemáticamente todas las preguntas que estamos sugiriendo.

En algunos casos, sería productivo usar estas preguntas para la discusión de un dilema ético que haya pasado; así los periodistas aprenden de sus experiencias y resuelven tomar mejores decisiones la próxima vez que enfrenten una situación similar. Esto significa que mientras más preparados estén los periodistas y la sala de redacción en el proceso de toma de decisiones éticas, mejor pueden usar sus herramientas de trabajo, aun cuando el tiempo sea corto y los riesgos grandes. Si usted ha afinado sus herramientas, ellas estarán listas cuando las requiera.

También es importante usar las herramientas antes de la hora de cierre. Esta toma de decisiones éticas son lla-

mas *front-end*, por adelantado o antes del cierre. Si los periodistas anticipan dónde pueden estar los problemas éticos en una noticia, pueden realizar preguntas sobre los propósitos periodísticos, lineamientos, sentimientos individuales involucrados, motivos y posibles consecuencias mucho antes del cierre. Esto permite contar con más tiempo para considerar las mejores alternativas antes de tomar las decisiones.

La capacidad de tomar decisiones acertadas cuando enfrentamos alternativas difíciles es una habilidad, así como lo es el reportar, escribir, editar y fotografiar. Estas no son tareas fáciles. Si lo fueran, cualquiera pudiera ser un periodista excelente. Sin embargo, estas habilidades se pueden aprender. El método de estudio de casos es una manera de aprender cómo tomar decisiones éticas acertadas, sobre todo cuando se enfrentan las presiones de una noticia real y a la hora del cierre. ●