



Universidad Autónoma de Querétaro
Facultad de Filosofía

“Ética y periodismo: revaloración de la responsabilidad social de las prácticas periodísticas”

Tesis

Que como parte de los requisitos para obtener el grado de

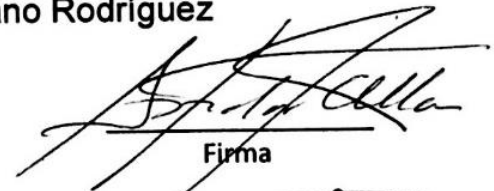
MAESTRA EN FILOSOFÍA CONTEMPORÁNEA APLICADA

Presenta

Tanya Araujo Sánchez

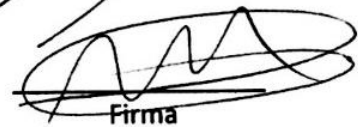
Director: Dr. José Salvador Arellano Rodríguez

Dr. José Salvador Arellano Rodríguez
Presidente



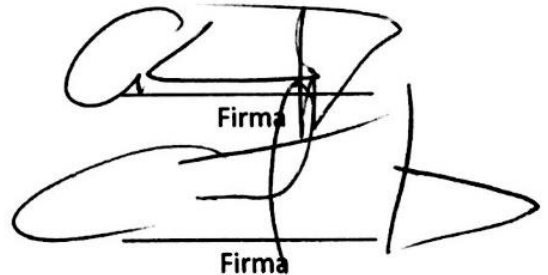
Firma

Dr. Mauricio Ávila Barba
Secretario



Firma

Dr. Gabriel Alfonso Corral Velázquez
Vocal



Firma

Mtro. Gerardo Cantú Sanders
Suplente


Mtro. Carlo Daniel Aguilar González
Suplente



Firma



Dra. Ma. Margarita Espinosa Blas
Directora de la Facultad de Filosofía



Dra. Ma. Guadalupe Flavia Loarca Piña
Directora de Investigación y Posgrado

Centro Universitario
Querétaro, Qro.
MAYO DE 2016

ÍNDICE

RESUMEN.....	4
ABSTRACT	5
AGRADECIMIENTOS.....	7
INTRODUCCIÓN.....	8
CAPÍTULO I.....	14
¿PARA QUÉ EL PERIODISMO?	14
1.1 Breve historia del periodismo	14
1.2 Institucionalización	18
1.3 Definición clásica del periodismo	21
1.4 Periodismo débil	25
1.5 Códigos de ética	28
Capítulo II.....	32
SENTIDO DE LA ACTIVIDAD PERIODÍSTICA.....	32
2.1 Actividad humana	33
2.2 Praxis y póiesis	36
2.3 Bienes internos	39
2.3.1 La tendencia a la <i>verdad</i> en el periodismo.....	40
2.3.2 El periodismo como foro público	50
2.4 Bienes externos	54
2.4.1 La información como mercancía	56
2.4.2 Periodismo: ¿el cuarto poder?	59
Capítulo III	65
RESPONSABILIDAD SOCIAL DEL PERIODISMO.....	65
3.1 La prudencia aristotélica.....	66

3.2	Responsabilidad social	70
3.3	Nueva relación entre ciudadanos y medios de comunicación	72
Capítulo IV		76
PARÁMETROS ÉTICOS DEL PERIODISMO QUERETANO		76
4.1	Ayo! Comunicación	77
4.2	Licenciatura en Comunicación y Periodismo, UAQ	78
4.3	Instrumentos.....	79
4.4	Resultados	81
4.4.1	Sobre la función del periodismo.....	82
4.4.2	La <i>lealtad</i> del periodista.....	84
4.4.3	El rasgo distintivo del periodismo	86
4.4.4	Las nociones sobre ética de los periodistas queretanos.....	87
V	CONCLUSIONES.....	90
VI	ANEXOS	93
BIBLIOGRAFÍA.....		174

RESUMEN

En los últimos años, el periodismo ha librado una lucha en contra de la propaganda. A lo largo de su desarrollo ha buscado pasar de una fidelidad a los grupos de poder a un interés cívico; gracias al surgimiento de las teorías democráticas, el periodismo ha intentado cambiar de lealtad: el ciudadano. Sin embargo, la institución que le da soporte -la empresa periodística- ha corrompido las funciones que se le han atribuido tradicionalmente y lo han envuelto en una dinámica de información pagada y poder.

Pese a esto y a las condiciones de inseguridad para desarrollar el periodismo en México, existen medios que luchan por mantener un poco más de independencia frente a los grandes emporios mediáticos; revelan información e intereses ocultos, vigilan, critican, denuncian y permiten la expresión de las ideas de sectores marginados.

La presente tesis elabora un recorrido por los principios a los que debe responder el periodismo contemporáneo, pues actualmente vive una crisis de credibilidad, auspiciada, por un lado, por las prácticas editoriales de los directivos de los medios de comunicación; y por otro, por el ejercicio de los propios reporteros, quienes parecen no contar con la preparación adecuada para responder a la responsabilidad que conlleva el periodismo. Por ello, es necesario contribuir con la actualización y capacitación del periodista. Las páginas de este proyecto pretenden darle referentes teóricos para la reflexión sobre su actividad y para dar claridad a las funciones que, como tales, deben cumplir. Este material busca, además, ser una herramienta para las audiencias pues ellas mismas al tener claro el papel de la prensa, estarán en mejores condiciones de exigir y podrán involucrarse en la calidad de los contenidos que reciben.

Palabras clave: periodismo, ética, responsabilidad.

ABSTRACT

In recent years, journalism has waged a struggle against propaganda. Throughout its development has sought to move from being loyal to power groups to a civic interest; thanks to the emergence of democratic theories, journalism has tried to change loyalty: to the citizen (the reader). However, the institution that supports it, in other words, the newspaper company, has corrupted the functions that have traditionally been attributed to the press and has surrounded it into the dynamics of paid information and power.

Despite this and the conditions of insecurity to develop journalism in Mexico, there is media which struggles to keep a little more independence from large media emporiums; reveal hidden information and interests, monitor, criticize, denounce and allow the expression of ideas of marginalized sectors.

This thesis develops a journey throughout the principles to which contemporary journalism must respond, as currently experiencing a crisis of credibility, sponsored on one hand, by the editorial practices from managers of the media; and secondly, by the exercise of the reporters themselves, who do not seem to have the adequate preparation to respond to the responsibility that comes with journalism. It is therefore necessary to contribute to the updating and training of journalists. The pages of this project aim to give theoretical framework for the reflection on their activity and to give clarity to the functions which reporters must meet. This material is also intended to be a tool for the audience to be clear about the role of the press, in order for them to have a broader ability to demand and may be involved in the quality of the content they read.

Keywords: journalism, ethics, responsibility.

A los periodistas asesinados, desaparecidos y agredidos en México por realizar su trabajo. A los periodistas que creen y luchan a pesar del miedo.

A Andrés y María de la Luz; a Juan, Omar, Andrés y Lupita; a Lía y a Natalia, como siempre.

A Alejandra Morales, por ser de las mejores.

AGRADECIMIENTOS

Al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (Conacyt), por el apoyo brindado para realizar mis estudios de maestría y por haberme dado la posibilidad de realizar una estancia en el extranjero y nutrir así mi formación profesional.

A los profesores que me brindaron sus conocimientos y orientación a lo largo de este periodo; a los colegas periodistas del estado por colaborar con sus valiosas respuestas para la configuración de esta tesis, y a los alumnos cuyos aportes hicieron que siga creyendo que puede hacerse periodismo de otra manera.

A todos los que directa e indirectamente influyeron en el curso de este trabajo.

INTRODUCCIÓN

“Hoy fue un día soleado”, decía Jacobo Zabludovsky la noche del 2 de octubre de 1968, al iniciar su noticiario *24 horas*. Ese mismo día, en la Plaza de Tlatelolco, la policía se había enfrentado con jóvenes manifestantes, hecho que arrojó una cifra de cientos de estudiantes asesinados, pero para el periodista (y su empresa Televisa) lo importante fue iniciar el noticiario de ese día hablando del clima. Este y otros episodios ubicaron a Zabludovsky como ‘vocero’ del poder.

El investigador Jacinto Rodríguez Munguía (2007) tuvo acceso a documentos del Archivo General de la Nación –abiertos por Vicente Fox en 2002- en los que pudo dar cuenta, entre otras cosas, del control que la Secretaría de Gobernación tenía sobre el contenido de programas, notas y columnas de los medios de comunicación de esos años; así como los múltiples “presentes” que recibió Zabludovsky.

En una entrevista publicada en 2013, el conductor de *24 horas* expresó que a lo largo de su trabajo como periodista se vio “obligado a quedarme con la versión oficial, porque nuestras posibilidades de investigación de algunos temas eran mínimas. Y eso lo padecían todos los periodistas, no sólo nosotros” (Amador, 2013).

Este tipo de historias se repiten cada vez con mayor frecuencia. Como el montaje de Genaro García Luna en 2005 (entonces Secretario de Seguridad Pública federal) con Televisa para mostrar la supuesta detención en vivo de una banda de secuestradores; para no ir más lejos: en Querétaro la nula difusión de los casos de personas desaparecidas, el *2 a 1* de Manuel González Valle¹ en la elección de

¹ En el proceso electoral de 2009, el periódico Diario de Querétaro publicó, a pocos días de la elección, los resultados de una supuesta encuesta en la que se daba por ganador con una ventaja de 2 a 1 al candidato del Partido Acción Nacional (PAN), Manuel González Valle, sobre el candidato del Partido Revolucionario Institucional (PRI), José Eduardo Calzada Rovirosa. En 2015, éste concluyó su sexenio al frente del gobierno de Querétaro. Al respecto puede leerse más en <http://www.libertaddepalabra.com/2010/02/el-sesgo-de-venegas/>

gobernador en 2009, los “casos aislados”, la información a modo, la complicidad entre medios de comunicación y cúpulas de poder. La perpetuación del discurso oficial: en Querétaro no pasa nada².

Hoy, el ejercicio periodístico parece ser el aliado del poder; hoy, la *búsqueda de la verdad* y la información para orientar la opinión pública, dejaron de ser las cualidades del periodismo para dar paso al espectáculo; entre más espectacular más dinero genera. Y esta es la razón de que las grandes compañías mediáticas las dirijan hombres de negocios y no periodistas (Kapuscinski, 2002):

En la segunda mitad del siglo XX, especialmente en estos últimos años, tras el fin de la guerra fría, con la revolución de la electrónica y de la comunicación, el mundo de los negocios descubre de repente que la verdad no es importante, y que ni siquiera la lucha política es importante: que lo que cuenta, en la información es el espectáculo. Y una vez que hemos creado la información-espectáculo, podemos vender esta información en cualquier parte. Cuanto más espectacular es la información, más dinero podemos ganar con ella (p. 36).

Hoy, “el chayo” sigue siendo común entre los periodistas; esta práctica hace referencia al pago a reporteros por parte de funcionarios o instituciones para publicar información a favor, en contra, o bien, para no hablar de ella, según sea el caso. Porque, en una sociedad regida por los medios electrónicos (principalmente la televisión), si no se habla de un acontecimiento, éste simplemente no existe.

Sin embargo, un juicio superficial sobre esta y otras prácticas de los periodistas sería irresponsable. Omar Raúl Martínez (2000) señala que las razones por las que los reporteros incurren en conductas alejadas de todo profesionalismo, integridad y responsabilidad son las siguientes: la corrupción impulsada desde los sectores gubernamentales, los conflictos de interés entre el informador y el medio, la espectacularización de la noticia, la falta de acceso real a la información de órganos

² En el momento de elaborar esta tesis, corría el sexenio del priista José Calzada Rovirosa, en el que fue duramente criticado por algunos sectores de la sociedad por el manejo del discurso oficial, la incongruencia de las cifras en seguridad, economía, etc., que se publicaban en los diarios locales y la realidad que vivía una gran mayoría de la sociedad queretana.

del Estado y, sin duda, la incompetencia de los periodistas que se hace patente en errores al no corroborar hechos o contrastar fuentes, la improvisación y el descuido.

A este panorama se suman la falta de capacitación y profesionalización periodística, así como las condiciones laborales y salariales en que ejercen su labor.

Porque un periodista íntegro no puede concebirse si se disocia su formación técnica e intelectual o la cuota de sus ingresos profesionales, de su perfil ético. Todo ello conforma una unidad. En ese sentido, tienen razón Juan Giner y Carlos Soria cuando sostienen que hablar de ética no sólo significa hablar de calidad de la información, sino paralelamente de calidad de los informadores en el sentido más redondo de la expresión. (Martínez, 2000).

Por lo anterior, se hace evidente la urgencia de hacer una reflexión y un análisis sobre la responsabilidad social del periodismo y las condiciones que ello supone, pues hasta hoy, se ha hablado mucho sobre las presiones políticas y los factores económicos que condicionan la práctica periodística, pero la reflexión ética ha sido poco abordada, al menos, en trabajos académicos que, además de ofrecer una teorización al respecto, conjunten las percepciones de los propios periodistas sobre las implicaciones de su trabajo.

En México, pues, la reflexión y la discusión crítica sobre la ética y la deontología informativa ha sido tardía debido a tres motivos centrales: por la estructura de control impuesta por el sistema político; la falta de una práctica necesariamente obligada para el gremio periodístico en el que se promueva la crítica y la autocrítica a los comportamientos, las decisiones y los trabajos desarrollados en el área informativa; y, finalmente, por la carencia de parámetros éticos (Martínez, 2000).

El presente proyecto pretende contribuir con la discusión del tema aportando referentes teórico-filosóficos que incidan en mejores prácticas periodísticas por parte de quienes ejercen la actividad informativa en la entidad. Al mismo tiempo, busca recoger un panorama de las percepciones de los periodistas en Querétaro, quienes

día tras día, cobertura tras cobertura, se enfrentan a situaciones que demandan de ellos decisiones y comportamientos *adecuados*.

Sin embargo, la pretensión no es ofrecer decálogos, pues, como se verá en los primeros apartados, los que ya existen -los códigos de ética de los medios- no han logrado su cometido, dada la situación de crisis que atraviesa hoy la prensa. Por lo tanto, la hipótesis de este estudio es que hay confusión y deficiencias por parte del periodista sobre la comprensión de la responsabilidad que entraña su labor; por ello, es urgente que se plantee una reflexión sobre el ejercicio del periodismo puesto que, debido a las situaciones cambiantes en las que el reportero realiza su trabajo, la tarea de reflexionar, debatir y proponer mejoras para la profesión periodística debe ser permanente.

¿Reflexionar, debatir y proponer garantizaría que los periodistas sigan buenas prácticas? – se pregunta Adela Cortina. No. Pero afirmamos, con ella, que eso ocurre en todos los estudios de las distintas disciplinas: los buenos conocimientos no se convierten en buenas prácticas si los profesionales no tienen la voluntad de hacerlo.

Los contenidos de la Maestría en Filosofía Contemporánea Aplicada servirán para plantear algunas de las consideraciones importantes para poner sobre la mesa con los estudiantes de periodismo y, luego, con quienes ya laboran en algún medio de comunicación en el estado; esto, a través de herramientas como el cuestionario. El objetivo final de esta proyecto de aplicación es dejar constancia en un documento que pueda servir de material de consulta, tanto para estudiantes de periodismo y periodistas como para las audiencias, que podrán exigir mejores contenidos si están enterados de las actividades propias de la prensa.

Es importante hacer notar que este estudio se enfoca en el reportero por dos motivos: porque es el primer mediador entre la información y el público; y porque tratar de enmarcarlo con los directivos de los medios de comunicación supondría no sólo un estudio más prolongado, sino un tratamiento especial pues, en tal caso, se

anteponen intereses empresariales antes que periodísticos. Partimos entonces de que en el reportero –sobre todo en sus primeros años de formación y trabajo- sí existe un compromiso real con los principios de la profesión.

A lo largo de este trabajo se irán viendo cuáles son esos principios a los que debe responder el periodismo como profesión; no para ofrecer recetas, sino para tratar de evidenciar *qué* y *por qué* retomando las consideraciones de filósofos como Aristóteles, Alasdair MacIntyre y Adela Cortina; y más adelante a Foucault y Lyotard, quienes nos ayudarán en nuestro intento de caracterizar el fenómeno de corrupción que atraviesa la información periodística y su institución: los medios de comunicación.

Así, en el primer capítulo se ofrece un recuento de la historia del periodismo en México, su institucionalización en planes de estudio de Comunicación en las universidades y el surgimiento de los códigos de ética; además, se ofrece la definición clásica del periodismo y los principios que han guiado su práctica en los últimos años; esto, con el objetivo de contextualizar la problemática, teniendo en cuenta que este trabajo no sólo lo leerán estudiantes y profesionales del periodismo.

En el capítulo dos se exponen las consideraciones de Aristóteles en torno al fin de la actividad humana, así como la distinción entre praxis y póiesis, la cual retoma muchos años después el filósofo inglés Alasdair MacIntyre para definir las prácticas sociales. Las pautas de MacIntyre sobre los bienes internos y externos que dan sentido a las prácticas son la base para proponer aquellos elementos que dan sentido al periodismo, aun aquellos que, siendo legítimos, lo han desvirtuado cuando se ha abusado de ellos: el poder y el dinero; en este sentido, Foucault y Lyotard son la base para describir la situación en la que se encuentra la prensa.

El tercer apartado se ocupa, en un primer momento, de la reflexión sobre la prudencia aristotélica como virtud del periodista; y, luego, se aborda la responsabilidad de las prácticas cotidianas en el periodismo exponiendo algunas de

las ideas del filósofo español Hugo Aznar; el capítulo concluye con la propuesta de transformar las relaciones entre el público y la prensa, con miras a construir sociedad mediáticas activas, como las denominó Adela Cortina.

Finalmente, en el capítulo cuarto se ofrecen los resultados de la intervención que se realizó a través de la consultoría en comunicación “Ayo Comunicación”, que permitió aplicar cuestionarios a los periodistas del estado de Querétaro y a estudiantes de la Licenciatura en Comunicación y Periodismo de la Universidad Autónoma de Querétaro, con el objetivo de conocer sus percepciones en torno a la ética en el periodismo.

En los anexos se puede encontrar algunos códigos de ética, así como los cuestionarios de alumnos y periodistas.

CAPÍTULO I

¿PARA QUÉ EL PERIODISMO?

En este primer apartado se hace un recuento breve de la historia del periodismo, el contexto en el que surgió y los fines que perseguía en sus inicios. Así, se descubre que desde su nacimiento ha estado vinculado con los propósitos de organizaciones políticas y otros grupos de poder, aunque también, como se verá, ha habido casos de medios que han intentado dar voz a sectores menos favorecidos.

Antes de hacer referencia a marcos éticos en la profesión, es necesario delimitar sus funciones y objetivos, cualquier actividad que no cumpla con dichos criterios no puede ser considerada como periodismo. ¿Qué se debe tomar en cuenta al definir al periodismo? Aquí se presenta la definición clásica de periodismo aportada por los periodistas Kovach & Rosenstiel, así como los elementos que lo configuran. Con ello, lo que se busca es iniciar un diálogo con los periodistas del estado para discutir en torno al trabajo periodístico, las condiciones actuales y las responsabilidades que conlleva. ¿Debe cambiar el periodismo? ¿Qué principios debe conservar?

1.1 Breve historia del periodismo

Desde su nacimiento en cafés de Inglaterra y *public houses* de Estados Unidos, el periodismo moderno se constituyó como un sistema que brinda información a la sociedad.

Kovach y Rosenstiel (2012) señalan que en Estados Unidos los propietarios de los denominados *pubs* preguntaban a los viajeros lo que habían visto en sus travesías y les pedían que las registraran en cuadernos que colocaban en las barras; en tanto que en Inglaterra, los cafés se especializaban por un tipo de información concreta y, así, a partir del intercambio de noticias en estos locales, nacieron los primeros periódicos.

En México, los inicios del periodismo se remontan a la época colonial en la que los *pregoneros* recorrían las calles de la Nueva España para difundir la información novedosa, labor que era supervisada por autoridades de la época. La invención de la imprenta, al igual que en el resto del mundo, significó la impresión de hojas informativas. *Mercurio Volante* –editado en 1693- fue una de las primeras impresas en el país, editada por Carlos de Sigüenza y Góngora, la cual contenía noticias de carácter histórico y científico. Juan Ignacio Castorena y Ursúa fundó en 1722 la *Gaceta de México y Noticias de Nueva España*, considerado como el primer periódico en el país, en el que se publicaba información de corte religioso, oficial, comercial, social, minero y marítimo.

Petra María Secanella (1983) indica que en 1807 apareció el primer periódico en provincia en Veracruz titulado *Jornal Económico Mercantil de Veracruz* y el 20 de diciembre de 1810 nació *Despertador Americano*, fundado por el cura Miguel Hidalgo y Costilla en Guadalajara. En esta época, dice Secanella, la práctica del periodismo fue eficiente para difundir las corrientes de pensamiento entre determinados sectores de la población, que fueron aumentando en tanto que se disminuyeron los índices de analfabetismo en el país. Así, los periódicos que se editaron en esos años sirvieron como bandera de los grupos ideológicos implicados en las transformaciones del país independiente.

La Constitución de 1824 trajo consigo la garantía de la libertad de prensa y así se amplió el marco jurídico para el desarrollo de la práctica periodística. Pese al analfabetismo que siguió prevaleciendo en la nación independiente, se hicieron populares medios como *El Ateneo Mexicano* y *Siglo XIX*, ambos de 1840, así como *El Monitor Republicano* de 1844, en los cuales se difundía el pensamiento de Francisco Zarco, Guillermo Prieto y Andrés Quintana Roo, y que tuvieron una gran influencia entre la población gracias, en parte, a la tradición oral.

En etapas de agitación social los periódicos se caracterizaban por dar prioridad en su contenido al ataque, el insulto y la descalificación entre los bandos en pugna, como fue el caso de la invasión francesa en México (1862-1867), periodo en el que se distinguía a Francisco Zarco y Guillermo Prieto, cuyos medios fueron combatidos por otras publicaciones afines al gobierno monárquico de Maximiliano de Habsburgo.

En los periodos de Benito Juárez y Sebastián Lerdo de Tejada se reconoce, por un lado, la mejora en las condiciones de libertad de expresión, pero por otro, también se les atribuye el inicio de la hoy conocida práctica del *chayote*: entregar dinero a los medios para silenciar voces críticas; situación que se exacerbó con Porfirio Díaz al grado de las persecuciones, encarcelamientos y destierro de periodistas opositores al régimen, sobre todo, a partir de 1890 (Secanella, 1983). Esta coyuntura es la que permite la constitución de las primeras organizaciones periodísticas que, claramente, no buscaban la profesionalización o protección de los agremiados sino que tenían tintes políticos e ideológicos (Martínez, 2000).

La desigualdad que trajo el Porfiriato propició la creación de medios que daban voz a movimientos sociales como *El Socialista*, periódico que en 1884 publicó el Manifiesto del partido Comunista de Carlos Marx y Federico Engels. En 1885 vio la luz *El Hijo del Ahuizote*; en 1900 nació *Regeneración*, medio fundado por los hermanos Jesús y Ricardo Flores Magón, y en 1909, *El Anti Reeleccionista* –creado por Félix F. Palavicini- en el que colaboraron José Vasconcelos y José Guadalupe Posada.

Con la circulación de *El Imparcial* en 1896 se inicia el periodismo moderno en el país, pues éste siguió el modelo de los periódicos estadounidenses: tenía diversas secciones así como una estructura organizada de reporteros, contaba con corresponsales en provincia e incluía información de la agencia Associated Press (AP), desplazando así a *El Siglo XIX* y *El Monitor Republicano* como el favorito de los lectores; sin embargo, este medio desapareció en 1914. En 1916, Félix F.

Palavicini fundó *El Universal* y en marzo de 1917 se publicó *Excélsior*, ambos aún en circulación.

En esta breve recapitulación, podemos ver que el periodismo no nació precisamente como un sistema de información 'objetiva' al servicio de la sociedad, sino que, debido a los periodos coyunturales en los que se desarrolló, su desarrollo ha estado más vinculado a las necesidades de ciertos grupos políticos, religiosos y empresariales para difundir su ideología, actividades, etc. Si bien al principio la información no implicaba ganancias sí se le veía como instrumento político. Poco a poco, con los avances en las telecomunicaciones, la distribución de la información fue tomando un papel preponderante en la construcción de comunidad.

Si, como se ve, desde sus inicios en hojas informativas, el periodismo ha estado ligado a la propaganda política, a la presión y a la censura, de dónde provino la pretensión que lo convirtió en un bien social, si al parecer nunca ha estado libre de intereses. ¿No será esta pretensión la misma que ha provocado su crisis? Es decir, por qué se dio al periodismo ese carácter de independiente cuando en sus inicios su objetivo era, justamente, hacer lo contrario: legitimar al gobierno, servir de propaganda para grupos políticos y difundir información sobre sectores con tendencias bien definidas.

Con el tiempo esta ha sido la herencia del periodismo pues hoy, a pesar de la proliferación de plataformas y medios informativos, la mayoría suelen estar alineados con los intereses de los grupos dominantes o de las empresas a las que venden espacios publicitarios. La razón es simple de enunciar: como empresas, los medios han demostrado que su propósito principal es la rentabilidad de sus productos y la acumulación de capital. El producto a comercializar, en este caso, es la información; más aún: la información pública.

Ahí reside la gravedad del comportamiento no ético de dichos medios, de sus dirigentes y del periodista -primer mediador entre los protagonistas de los hechos y

el público receptor de la noticia-, por lo que es a partir de esta simple observación que se empiezan a exigir actitudes éticas a los medios.

Hoy la oportunidad de negocio para los medios de comunicación se encuentra en el espectáculo y han creado lo que pretenden hacer pasar por un género periodístico: la información-espectáculo. Lejos de asumirse como empresas de entretenimiento antes que informativas, los corporativos mediáticos han construido - con la ayuda de la mercadotecnia- un discurso de objetividad y responsabilidad social para atraer seguidores, ya que esto les representa un mayor número de anunciantes, convirtiéndose en un círculo *vicioso*, frente al que poco han podido hacer los públicos interesados en otro tipo de contenidos.

A esto hay que agregar que, con el tiempo, los medios aumentaron su influencia en las audiencias, lo cual les ha valido incluso la denominación de *cuarto poder*. Gobernantes, partidos políticos, empresas, organizaciones no gubernamentales, todos han advertido el poder de un medio de comunicación y han generado alianzas en el logro de objetivos comunes.

A pesar de esta evolución poco alentadora para los periodistas en formación, hay quienes a la par han intentado reivindicar ese papel incipiente del periodismo: brindar información que sirva a la sociedad para que, a partir de ésta, pueda desarrollar una opinión y se involucre con los asuntos de interés público. Más adelante, veremos cuáles son las características de ese periodismo.

1.2 Institucionalización

En 1943 la Universidad Femenina instauró la primera carrera de periodismo a nivel técnico en México; en esa década también destaca la fundación de la *Escuela de Periodismo Carlos Septián García*. Estas instituciones, de acuerdo con Raúl Fuentes Navarro, se regían bajo un modelo con características muy evidentes: “prioridad de

la habilitación técnico-profesional, el relativo ajuste a las demandas del mercado laboral y el propósito de la incidencia político-social a través de la ‘opinión pública’” (Fuentes, 1998)

Fuentes Navarro distingue a éste (la formación de periodistas) como el primero de tres modelos que han regido la formación de comunicólogos en México y América Latina desde entonces. El segundo, plantea al comunicólogo como intelectual y se ubica con la apertura de la carrera en Ciencias de la Comunicación por parte de la Universidad Iberoamericana en 1960, la cual buscaba formar humanistas que respondieran a los problemas del hombre contemporáneo; en tanto que, el tercer momento fundacional de las escuelas de comunicación se presenta en la década de los setenta, el cual centraba al comunicólogo como científico social, con capacidad de crítica y análisis de los fenómenos, prácticas y procesos sociales comunicacionales (Muriel, 2011).

En Querétaro, la primera escuela de comunicación la abrió en 1978 el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM) al ofertar la licenciatura en ciencias de la comunicación; mientras que la Universidad Autónoma de Querétaro creó en 1985 la carrera técnica en periodismo, que en 1997 pasó a ser licenciatura en periodismo y comunicación y, en 2004, licenciatura en comunicación y periodismo. En 1989, la Universidad del Valle de México inició actividades académicas de la licenciatura en ciencias de la comunicación. A partir de entonces, diversas instituciones cuentan entre su oferta educativa con programas relacionados con la comunicación, tales como la Universidad Cuauhtémoc, Universidad Mesoamericana (plantel San Juan del Río), Liceo Estudios Superiores, Universidad Unea, Universidad del Valle de Atemajac y Universidad Marista (Muriel, 2011).

Los egresados de estos programas educativos se encuentran con un mercado laboral en el ámbito periodístico en Querétaro que se distribuye en prensa escrita, radio, televisión, internet y agencias informativas. En prensa escrita, los medios más importantes actualmente son: Noticias, Diario de Querétaro, am Querétaro, Plaza de

Armas, Capital Querétaro, El Universal, El Economista, El Financiero Bajío, así como los semanarios Libertad de Palabra y Tribuna de Querétaro. En radio, las principales empresas con actividad periodística son: Respuesta Radiofónica, Grupo Acir, ABC Radio, Grupo Imagen, Multimundo Radio, Integra 92.7, Grupo Fórmula, Radio y Televisión Querétaro y Radio UAQ 89.5.

En el caso de la televisión, la entidad cuenta con el canal estatal, Radio y Televisión Querétaro, además de las empresas Televisa, Tv Azteca, Cablecom, Megacable y Sii Tv, que pertenece al mismo grupo empresarial del periódico am. En internet, los portales de noticias más destacados son Código Informativo, Ciudad y Poder y Nuevo Periodismo. También existen, las agencias de noticias Inqro y Quadratín, y de fotografía, Obtura y 7Foto.

A través de estos medios, la sociedad queretana se informa del acontecer en el estado y el mundo. En sus plantillas laborales, además de comunicólogos, hay abogados, sociólogos, politólogos, artistas visuales, economistas, entre otros, cubriendo y procesando la información que diariamente consumen los diversos sectores de la población.

Este panorama debería propiciar estilos variados en el ejercicio del periodismo, puesto que en él participan profesionales con diversos perfiles; las planas de cada medio, las notas en radio, televisión e internet constituirían espacios plurales mediante los cuales el ciudadano podría formarse una opinión contrastando los distintos enfoques, pero esto parece que no sucede. Los medios de comunicación publican la misma información. Basta hojear los periódicos, abrir los portales en internet, sintonizar los noticiarios en radio y televisión: los 'protagonistas', los temas, e incluso el enfoque, siempre son los mismos. Pocas son las excepciones.

El problema es multifactorial, sin embargo se puede mencionar que los bajos salarios de los periodistas es uno de los mayores desafíos en la prensa queretana actual, pues le ha acarreado un sinnúmero de vicios, a saber: los reporteros trabajan

para dos, tres o para los medios que puedan para tratar de reunir un salario mensual que le permita vivir en condiciones dignas. Por ese se ve la misma nota en un periódico que en un portal de internet; o la noticia de una página de internet convertida en nota radiofónica de 45 segundos. Los redactores son los mismos. Por si esto fuera poco, esto limita los lugares para los nuevos egresados en comunicación y periodismo, quienes ven reducido el mercado por las dobles o hasta triples plazas ocupadas por otros colegas. La reproducción fiel de boletines informativos, también se considera una de las problemáticas de la homogeneidad de la información que vemos publicada en los medios de comunicación; pero no es el tema central de este estudio, así que sólo se limitará a mencionarlo como tema para futuros trabajos de investigación y análisis.

1.3 Definición clásica del periodismo

En 1997 los periodistas estadounidenses Bill Kovach y Tom Rosenstiel, llevaron a cabo un estudio exhaustivo con sus colegas periodistas en la Universidad de Harvard; les preocupaba lo que consideraban una crisis de credibilidad y confianza que atravesaba el periodismo: las noticias se estaban convirtiendo en entretenimiento y el entretenimiento en noticia.

A partir de entonces, se emprendió una serie de acciones para tratar de desentrañar la situación actual del periodismo: 21 foros públicos a los que asistieron más de tres mil personas en los que se obtuvo el testimonio de más de 300 profesionales; además, se realizaron entrevistas con más de cien periodistas y encuestas sobre los principios de los reporteros, así como estudios sobre información periodística con el apoyo de diversas organizaciones y universidades. Todo esto durante dos años.

Como producto de dichos estudios, Kovach y Rosenstiel formularon en 2001 el propósito esencial del periodismo: proporcionar al ciudadano la información que

necesita para ser libre y capaz de gobernarse a sí mismo; su estudio no sólo se limitó a definir la labor principal de la actividad periodística, sino a enlistar los elementos que se considerarían imprescindibles para cumplir con dicho objetivo:

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

Por otro lado, la Fundación Gabriel García Márquez para un Nuevo Periodismo Iberoamericano (FNPI) considera al periodismo como un servicio público que, por tanto, debe ser responsable y útil ante la sociedad.

Por su parte, Kapuscinski (2002) –uno de los grandes maestros del periodismo contemporáneo- enumera algunos elementos o advertencias que el periodista debe tener en consideración al realizar su trabajo: la disposición al sacrificio debido a las jornadas de trabajo continuo que supone la cobertura de actos oficiales, sucesos inesperados, fenómenos sociales inusuales, etcétera; la actualización y profundización constante de sus conocimientos, pues así lo exigen los cambios y el dinamismo del mundo contemporáneo; y, una tercera consideración de Kapuscinski hacia los periodistas es que, el periodismo no es un medio para “hacerse rico”; para ello –dice- hay otras profesiones pero no esta, donde la mayoría de los reporteros no gozan de una situación económica estable sino hasta que cuentan con muchos años de experiencia.

Rogelio Hernández (1997) define al periodista como “el trabajador que, con conocimientos y aptitudes profesionales adecuadas, puede desempeñar y/o tiene como actividad principal intervenir directamente en el procesamiento de la información susceptible de ser noticia, comentario, análisis de los hechos de interés público... Es el profesional de la información noticiosa, en cualquiera de sus fases o instancias directas, que reciben remuneración como reportero, editor, cartonista, comentarista, analista o conductor de noticiarios”.

Por otro lado, autores como Luis Núñez Ladevéze (1995) afirman que la producción periodística no es “ni exclusivamente ni principalmente informativa”; mientras que Ana Francisca Aldunate y María José Lecaros (1989) consideran que se basa en un relato breve y esquemático de los acontecimientos ocurridos recientemente, donde lo importante es contar, de la forma más concisa, breve y clara posible, un hecho verdadero, inédito, de actualidad, y de interés general (p. 19).

Verdad, información, foro público e independencia se van configurando como palabras claves en las conceptualizaciones de periodismo y periodista hasta ahora expuestas. Las afirmaciones sobre el propósito del periodismo entrañan diversos conceptos y cada uno ameritaría una tesis completa; pero consideremos por ahora los de *noticia* e *información* que parecen ir de la mano.

La noticia, de acuerdo con el lingüista Van Dijk (1990), es un texto o discurso en la radio, en la televisión, en el diario o en los portales de internet, en el cual se ofrece una nueva información sobre sucesos recientes, de interés público.

Las noticias para Kovach y Rosenstiel son esa parte de la comunicación que nos mantiene informados de los cambios que sufren la actualidad y los asuntos y personajes del mundo.

María del Pilar Diezhandino y Fernando García Núñez consideran a la noticia como “un hecho noticiable” y a la comunicación a los lectores como información.

Para autores como Víctor Rodríguez la noticia debe cumplir con siete características: verdad, actualidad, interés, curiosidad, novedad, claridad y brevedad; mientras que Carl N. Warren agrega: proximidad, prominencia, conflicto, suspense, emoción y consecuencias (Yanes, 2002).

En *Los cínicos no sirven para este oficio*, el periodista y escritor polaco Ryszard Kapuscinski (2002) sostiene que a principios del siglo XX la materia prima del periodismo, es decir, la información, tenía dos caras: la primera se centraba en la búsqueda de la verdad, en la individuación de lo que sucedía realmente y en informar a la gente de ello, intentando orientar a la opinión pública. “Para la información, la verdad era la cualidad principal”. Pero, también se concebía a la información como instrumento de lucha política: “los periódicos, las radios, la televisión en sus inicios eran instrumentos de diversos partidos y fuerzas políticas en lucha por sus propios intereses” (p. 35).

Tras estos señalamientos, es necesario reconocer que muchas veces los periodistas no son testigos de los acontecimientos como tales, por lo que sus fuentes informativas se reducen a agencias, testigos, documentos, entrevistas, ruedas de prensa, reuniones y otras formas de discurso, que se ven obligados a procesar para difundir, obedeciendo a sus propios criterios y a los lineamientos editoriales de sus empresas informativas.

Es así como se da una fabricación institucional de las noticias, aspecto que se constituye como uno de los más problemáticos en el entorno periodístico -como se verá más adelante- pues no sólo es imposible la *objetividad* por parte del periodista, sino que además influyen las valoraciones de jefes de información, editores y directores de los medios; el resultado ha pasado por los ojos y las manos de muchas personas y eso es lo que consumen los lectores al final.

1.4 Periodismo débil

Lejos de propiciar la pluralidad de la información, la aparición de grandes corporativos mediáticos ha provocado una crisis de credibilidad y confianza en el periodismo.

En México es claro que el mercado está dominado por dos empresas que concentran las señales de televisión pública y se han extendido a la televisión de paga, internet, radio, etc., todas repitiendo la misma información de acuerdo a sus intereses empresariales.

El mundo de los negocios descubre de repente que la verdad no es importante, y que ni siquiera la lucha política es importante: que lo que cuenta, en la información, es el espectáculo. Y una vez que hemos creado la información-espectáculo, podemos vender esta información en cualquier parte. Cuanto más espectacular es la información, más dinero podemos ganar con ella (Kapuscinski, 2002, p. 35).

Y esta es la razón por la que hoy, por primera vez en la historia, existan empresas no periodísticas que publican y transmiten *noticias*, “es una situación en la que en el mundo de la información está entrando cada vez más dinero” (p. 37) Esto pone en riesgo la independencia de la información -y por ende la credibilidad- puesto que el medio no puede asegurar la procedencia de la misma, la cual ahora es sustituida por la mercadotecnia, la publicidad y el comercio electrónico.

El problema, pues, cuando se persigue la veracidad de un hecho, es el manejo de publicidad por parte de la empresa periodística, situación ajena al reportero, quien cubre los hechos e intenta construir una versión *fiel* para ponerla a disposición de los lectores.

Por otro lado, como cuestión insoslayable, es preciso señalar la situación de seguridad que enmarca el ejercicio periodístico en México, pues como se dijo antes,

es imposible ignorar las condiciones de censura, represión y muerte que hoy determinan muchas de las prácticas de los reporteros.

La organización internacional *Artículo 19* es una instancia independiente que defiende los Derechos Humanos y promueve alrededor del mundo el derecho a la libertad de expresión. Gran parte de su labor se ha enfocado en documentar el estado actual de la prensa alrededor del mundo y las agresiones que ésta sufre, presentado informes trimestrales.

Asesinar a un periodista es una agresión que afecta a la democracia, señala la organización, ya que, no sólo anula el derecho a la vida de la persona y afecta a la familia de la víctima sino que provoca un efecto inhibitor en el trabajo de la prensa:

“El trabajo de la prensa es fundamental en una democracia, ya que expone información de interés público, que de otra forma los ciudadanos no podrían conocer. A pesar de su importancia, las agresiones contra la prensa en México han aumentado en los últimos años, en un preocupante reflejo de impunidad y ataques a la libertad de expresión”.

México, como se ha venido denunciando desde hace ya algunos años, tiene uno de los peores récords del mundo en asesinatos de periodistas: “lo que evidentemente quiere decir que la democracia es pobre en nuestro país”.

Es claro que este panorama que vive la prensa no es el único indicador ni el más importante de la ineficacia o el fracaso del sistema democrático en México; sin embargo, esta aseveración de Artículo 19 es relevante no porque, insisto, la muerte de un periodista sea más importante que la de cualquier otro ciudadano, sino porque con la muerte de un periodista es probable que otras muertes y crímenes –y la impunidad que reina en éstos- no encuentren eco en la agenda nacional de los medios. Porque, por lo general, las agresiones y asesinatos son, justamente, en contra de comunicadores críticos.

En los últimos 15 años, 90 periodistas han sido asesinados y 23 continúan desaparecidos. Hasta enero de 2016, *Artículo 19* había documentado 300 agresiones anuales y brindando protección a más de 500 periodistas en una década de existencia de su oficina para México y Centroamérica³. Durante el 2015 se registró una agresión contra la prensa cada 22 horas en promedio en el país, mientras que de 2009 a 2015, la Ciudad de México se convirtió en la entidad con el mayor número de agresiones a periodistas.

Artículo 19 también informa que el 50 % de las agresiones a la libertad de expresión en México fueron perpetradas por funcionarios o miembros de partidos políticos, mientras que los medios digitales fueron los más atacados durante el 2015, desplazando a los medios impresos, pues del total de las agresiones, el 39% corresponde a los medios digitales; el 26% a los impresos, el 15% a radio; los ataques contra agencias y televisoras fue de un 6%; mientras que el 4% de las fueron contra revistas⁴

Y en medio de este panorama de presión, agresión y muerte ¿qué puede decir la Filosofía?

Sin duda, es urgente continuar con las acciones para proteger la libertad de expresión y a los periodistas, pero igual de urgente es iniciar un diálogo reflexivo entre los periodistas que permita preguntarse sobre la responsabilidad social de su trabajo con miras a delinear algunos preceptos éticos que puedan regir su práctica en el contexto actual y poder hacer propuestas, en fin, para mejorar el trabajo de la prensa; no a través de códigos sino de la reflexión y la conciencia de la responsabilidad que entraña la actividad periodística, pues tal parece que hoy los

³ Al respecto, puede leerse más en <http://articulo19.org/dario-ramirez-dimite-como-director-de-articulo-19-para-mexico-y-centroamerica/>, información publicada el 28 de enero de 2016; fecha de consulta: 30 de enero de 2016.

⁴ El 17 de marzo de 2016, la organización dará a conocer su informe anual de violencia contra la prensa, sin embargo adelanta algunas cifras en la siguiente página publicada el 19 de febrero: <http://articulo19.org/aparta-la-fecha-informe-anual-de-violencia-contra-la-prensa-2015/>, información consultada el 22 de febrero de 2016.

profesionales del periodismo reflexionan poco, dice Javier Cruz⁵ y trabajan para sí mismos, para su ego y para su cuenta bancaria.

1.5 Códigos de ética

Una vez que se ha puesto de relieve la etapa de crisis que vive la prensa en el mundo y, particularmente, el duro contexto en el que se desenvuelven los periodistas en México, es oportuno detenerse en uno de los intentos por mejorar la profesión a través de la autorregulación: los códigos de ética.

Si bien es cierto que surgieron como pautas consensuadas y se les ha visto como lineamientos normativos a los que los periodistas deben apegar la forma de conducirse en el ámbito profesional, no es menos cierto que en la mayoría de los casos quedan como ‘recomendaciones’; recientemente se han aplicado sanciones y se han creado otro tipo de figuras, tales como los defensores de las audiencias⁶, cuyo papel es, justamente, estar al tanto de los contenidos que se emiten en los medios y atender las necesidades del público.

Ciertamente, conviene dejar muy claro que la autorregulación no debe aspirar a ser la panacea, el remedio universal de la comunicación social. Pretender que gigantescas corporaciones con un enorme poder simbólico y económico vayan a transformarse en modélicas instituciones sociales sin falta alguna; pretender que varias decenas de miles de profesionales vayan a actuar todos ellos al unísono sin mácula deontológica alguna; pretender que todos los efectos de los medios vayan a producirse sólo en beneficio de la sociedad; todo esto es pretender algo que no puede lograr ni la autorregulación ni tampoco ninguna ley,

⁵ Periodista de la Dirección General de Divulgación de la Ciencia de la UNAM, que impartió el Taller de Periodismo de Ciencia en el marco del Segundo Encuentro Estatal para la Divulgación y el periodismo científico, en Querétaro.

⁶ En 2011, la periodista Carmen Aristegui fue despedida luego de dos años de trabajar en la empresa MVS; el argumento de la radiodifusora fue que Aristegui había violado el código de ética de la empresa al presentar rumores como noticia. Su reinstalación se dio algunos días después, en parte, por la presión del público que pedía el regreso de la conductora. Este hecho suscitó que MVS creará la figura de un ombudsman que velara por los derechos de las audiencias. Al respecto, puede encontrarse más información en <http://es.rsf.org/mexico-despido-polemico-de-la-periodista-08-02-2011,39507.html>, información publicada el 16 de febrero de 2011. Fecha de consulta: abril de 2014.

ni aun contando con todos los recursos coactivos del Estado. La finalidad y la efectividad de la autorregulación deben medirse con arreglo a supuestos irrealizables (Aznar, 2005, p. 32).

Los primeros esfuerzos que manifestaron una preocupación o interés en el compromiso ético de los medios de comunicación se dieron en 1975 al crearse la Unión de Periodistas Democráticos y, posteriormente, la Federación Latinoamericana de Periodistas; en 1992 el diario *Unomásuno* instituye un defensor del lector sin que hasta ese momento hablara de un código deontológico, del cual apareció un primer acercamiento un año después y sería el periódico *El Economista* quien a la par pondría a disposición a su ombudsman. A partir de entonces, varios medios hicieron lo propio, impulsados en gran parte por la presión que se hacía desde la secretaría de gobernación, que en ese entonces encabezaba Jorge Carpizo (Aznar, 2000). Como vemos, el fenómeno por la preocupación ética del actuar de la prensa tiene poco más de veinte años en México, por lo que, algunos autores consideran que es pronto exigir resultados.

Al hablar de códigos éticos es necesario, entonces, distinguirlos de la censura o autocensura, pues la primera se da cuando se limitan las libertades de expresión de un medio o periodista o se presiona para que, por medio de su actividad, se obtengan ciertos propósitos. “No se trata de poner la comunicación al servicio de ninguna causa, sino más bien de lo contrario: de prevenir que la comunicación y sus contenidos sean utilizados para fines ajenos, desvirtuando así sus propios bienes internos. De modo que la autorregulación no sólo es completamente diferente de la censura sino que incluso cabe afirmar que, dentro de un marco de libertades garantizado, es la mejor defensa frente a ella” (Aznar, 2005).

Por otro lado la autocensura, considerada por Aznar (2005) como “el peor mal que afecta a la comunicación social en una sociedad libre”, se da cuando el miedo es el responsable de que los periodistas no difundan determinada información, la cual pueda comprometer su trabajo y en el peor de los casos, su seguridad o la integridad física de familiares, amigos o personas cercanas. “La autorregulación

supone en cambio un ejercicio de responsabilidad y por tanto de libertad y de valentía que no nace del miedo a las consecuencias de una acción, sino del compromiso con los fines y valores propios de la comunicación” (p. 30).

En este sentido, Javier Darío Restrepo (2012), director del Consultorio Ético de la Fundación “Gabriel García Márquez” para un Nuevo Periodismo Iberoamericano (FNPI) indica que la relevancia de los códigos éticos es, justamente, cuando provoca en el periodista más cuestionamientos sobre la responsabilidad de su trabajo.

La consulta de códigos de ética o de textos sobre la materia, es productiva cuando multiplica las dudas y estimula el ritmo de la reflexión y la investigación, es engañosa cuando ofrece certezas y dogmas que paralizan el entendimiento y adormecen la conciencia de que la vida del hombre sobre la tierra es un esfuerzo permanente (p. 14).

En los Anexos (ver página 93) se puede encontrar algunos de los códigos internacionales más importantes que dan cuenta del esfuerzo común que han emprendido las organizaciones de periodistas, tales como el que respaldó la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco).

Insistimos en que, aunque no es de nuestro interés construir un código deontológico, sí es ilustrativo recuperar en qué han consistido dichos códigos destacando sus aportes pero reconociendo, al mismo tiempo, que son necesarios otros elementos para mejorar las condiciones de la actividad mediática, pues de haber cumplido su objetivo, el papel de la prensa y sus periodistas no estaría en entredicho como lo está hoy. “Y es que pareciera que a la ética periodística en México se le empieza a ver más como un recurso ornamental que destaca la imagen de independencia, crítica y responsabilidad de un medio, que como un real mecanismo para profesionalizar y dignificar la tarea informativa” (Aznar, 2000).

Por tanto, buscamos reforzar la idea de que aunque los códigos son un elemento de ayuda, la autorregulación más importante es la que proviene del propio periodista en tanto que ser humano y profesional. Así, el objetivo de este estudio es generar la discusión constante entre los periodistas haciendo un énfasis mayor no sólo en los puntos a los que debe responder su práctica sino *por qué*.

En el segundo capítulo se abordará ampliamente el sentido del periodismo, en tanto que actividad profesional.

Capítulo II

SENTIDO DE LA ACTIVIDAD PERIODÍSTICA

Una vez que se ha anunciado la definición clásica del periodismo y tomándola como base, en este apartado se caracterizarán los bienes internos y externos de la actividad periodística partiendo de lo expuesto por Aristóteles en *Ética nicomaquea* al hablar del fin de la actividad humana. Para llegar a la propuesta del bien interno del periodismo se parte también de lo que expresó Adela Cortina en algunos escritos en los que se ocupa del problema de la prensa y la necesidad de construir sociedades mediáticas activas, de los cuales se dará cuenta más adelante.

A lo largo de este capítulo se abordan aspectos fundamentales del trabajo del periodista, tales como la tendencia a la verdad, la objetividad y la función que debe cumplir como foro público que permita la libre expresión de las ideas en su aspiración de potenciar una opinión pública fundada en información verídica y contrastada.

Finalmente, se reconocen los bienes externos que toda actividad trae consigo: poder, dinero y fama. Este estudio se centra principalmente en el fenómeno del que habló Kapuscinski en la segunda mitad del siglo XX: la información se convirtió en mercancía; para lo cual se echará mano de los aportes que al respecto ha hecho Lyotard en obras como *La condición posmoderna*. También se retoma el poder y las conceptualizaciones que el francés Michel Foucault hizo al respecto. Con ello, se intenta mostrar a estos dos aspectos como los principales elementos corruptores en la actividad de los medios.

La definición clásica que se presentó en el capítulo anterior y las consideraciones de los autores que se mencionaron dan elementos importantes para definir el sentido de la actividad periodística. Para empezar, nos ocuparemos de lo que Aristóteles decía respecto de la actividad humana.

2.1 Actividad humana

Toda actividad humana persigue un bien, apunta Aristóteles en *Ética nicomaquea* “y por esta razón ha sido exactamente definido el bien, cuando se ha dicho que es el objeto de todas nuestras aspiraciones”. A pesar de las diferencias entre los fines de las cosas, es claro -insiste el filósofo griego- que el fin común de todas nuestras aspiraciones es el bien supremo. Dicho bien supremo se deriva de la que Aristóteles considera la ciencia soberana, es decir, la ciencia política. Puesto que determina cuáles son las ciencias indispensables para los Estados y para los ciudadanos, la ciencia política –dice- es la más fundamental de todas. Por lo tanto, el fin de la ciencia política será el bien supremo del hombre.

Los bienes, reconoce Aristóteles, provocan opiniones encontradas e incluso errores; esto es así, afirma, porque en la gran mayoría de los casos “los hombres sólo sacan mal de tales bienes, y se ha visto a menudo perecer algunos a causa de sus riquezas, como perecían otros por su valor”. (p. 11).

Ante tal situación, es de suma importancia conocer el fin último de nuestros actos tal como “[...] los arqueros que apuntan a un blanco bien señalado, estaremos entonces en mejor situación para cumplir nuestro deber” (P. 10).

Así, el fin de la política y bien supremo del hombre es la felicidad. De acuerdo con la actividad o arte del que se trate, el bien aparecerá de forma distinta; en cualquier caso, el bien es la “cosa en cuya vista se hace todo lo demás”.

Pero en toda acción, en toda determinación moral, el bien es el fin mismo que se busca, y siempre, en vista de este fin, se hace constantemente todo lo demás. Es, por lo tanto, una consecuencia evidente que si para todo lo que el hombre puede hacer en general existe un fin común al cual tienden todos sus actos este fin único es el bien, tal como el hombre puede practicarlo; y si hay muchos fines de este género, ellos son entonces los que constituyen el bien. (p. 22).

La diversidad de fines permite que algunos se puedan conseguir en vista de otros, como la riqueza; sin embargo, para Aristóteles, dichos fines son instrumentos ya que no son perfectos ni definitivos por sí mismos; en tanto que el bien supremo es una cosa perfecta y definitiva; es “eternamente apetecible en sí”. Tal es el carácter de la felicidad: la buscamos siempre por ella y sólo por ella, y nunca con la mira de otra cosa.

Por lo contrario, cuando buscamos los honores, el placer, la ciencia, la virtud, bajo cualquier forma que sea, deseamos sin duda todas estas ventajas por sí mismas; puesto que, independientemente de toda otra consecuencia, deseáramos realmente cada una de ellas; sin embargo, nosotros las deseamos también con la mira de la felicidad, porque creemos que todas estas diversas ventajas nos la pueden asegurar mientras que nadie puede desear la felicidad, ni con la mira de estas ventajas, ni de una manera general en vista de algo, sea lo que sea, distinto de la felicidad misma. (p. 23).

La felicidad, continúa el estagirita, es cierta actividad del alma conforme a la virtud “y por lo que hace a los demás bienes, o están necesariamente comprendidos en la felicidad, o contribuyen a ella como auxiliares y como naturales y útiles instrumentos [...] para la verdadera felicidad se necesitan, como dijimos antes, dos condiciones: una virtud completa y una vida completamente desarrollada” (p. 34).

Tal virtud, para Aristóteles, se inscribe ya en lo político al afirmar que:

La virtud parece ser, antes que nada, el objeto de los trabajos del verdadero político, puesto que lo que éste quiere es hacer a los ciudadanos virtuosos y obedientes a las leyes [...] Por lo tanto, estudiemos la virtud, pero la virtud puramente humana, porque sólo buscamos el bien humano y una felicidad humana. Cuando decimos la virtud humana, entendemos la virtud del alma, y no la del cuerpo, porque para nosotros, como queda dicho, la felicidad es una actividad del alma. (p. 43).

En lo que toca al alma, distingue dos partes que la conforman: una que está dotada de razón y otra que está privada de ella. Partiendo de esta división, Aristóteles separa las virtudes en intelectuales y morales. Veamos cuáles son para ir en busca de la virtud completa que nos permita alcanzar el bien supremo. Las virtudes intelectuales requieren enseñanza y a ella deben su origen y desenvolvimiento, por lo que precisan experiencia y tiempo; mientras que las

virtudes morales son las que proceden del hábito y las costumbres. En el primer grupo se encuentran la sabiduría o la ciencia, el ingenio y la prudencia. En el segundo, la templanza y la generosidad.

Tales virtudes no son consecuencia del azar, continúa Aristóteles, sino que son un don y son también el resultado de nuestros esfuerzos; en todo caso, afirma que en cuanto a las facultades que son dadas por la naturaleza, lo que poseemos es únicamente el poder de servirnos de ellas, es decir, a partir de ellas generamos nuestros actos.

No adquirimos las virtudes sino después de haberlas previamente practicado. Con ellas sucede lo que con todas las demás artes; porque las cosas que no se pueden hacer sino después de haberlas aprendido no las aprendemos sino practicándolas; y así uno se hace arquitecto, construyendo; se hace músico, componiendo música. De igual modo, se hace uno justo, practicando la justicia; sabio cultivando la sabiduría; valiente ejercitando el valor. (p. 50).

La virtud, pues, al igual que cualquier otro arte debe ser practicada. En este sentido, nuestros actos ya de templanza, ya de justicia, son los que tienen la última palabra en la integración de nuestro carácter y la adquisición de nuestras cualidades, porque si bien estamos facultados naturalmente para realizar unos u otros, no es a causa de ella que realizamos, efectivamente, dichos actos.

Así, la virtud se manifiesta en actos, los cuales proceden de los hábitos o cualidades. “No es, pues, de poca importancia contraer desde la infancia y lo más pronto posible tales o cuales hábitos; por el contrario, es éste un punto de muchísimo interés, o por mejor decir, es el todo” (p. 51). A continuación se verá a qué refieren los actos y de dónde proceden.

2.2 Praxis y póiesis

Si las virtudes se manifiestan en actos, es necesario hacer una revisión ahora sobre aquello que los actos son. Comencemos distinguiendo a la acción de la creación o producción -praxis y póiesis- ambas inscritas en el terreno de la política, de acuerdo con la tradición aristotélica.

Por un lado, Aristóteles distingue entre *las cosas que no pueden ser de otra manera* y *las cosas que pueden ser de otra manera*. Las primeras corresponderían a la ciencia; las segundas, al arte. El filósofo las clasifica en producción y acción. La producción (póiesis), afirma, es “lo que producimos exteriormente”, en tanto que la acción (praxis) es “lo que sólo pasa en nuestro espíritu”.

Todo arte, cualquiera que él sea, tiende a producir; sus esfuerzos y sus especulaciones sólo tienen un objeto, que es hacer nacer algunas de estas cosas que pueden indiferentemente existir o no existir; y cuyo principio está únicamente en el que hace la cosa y no en la cosa hecha. Así, el arte no se refiere a las cosas que existen necesariamente o que se producen necesariamente, ni tampoco a las cosas que la naturaleza rige por sí sola; porque todas las cosas de este orden tienen en sí mismo el principio de su existencia. (p. 212)

Con estas consideraciones, plantea que el objeto de la producción será diferente de lo que se produce, mientras que el objeto de la acción es la acción misma. En una palabra, el fin de la producción es distinto de ella; el fin de la acción es ella misma.

Este concepto de acción (*praxis*) de Aristóteles lo retoma más adelante Alasdair McIntyre (2004) para definir las *prácticas* como aquellas formas coherentes y complejas de actividad humana cooperativa y establecida socialmente. A través de estas actividades sociales “se realizan los bienes inherentes a la misma mientras se intenta lograr los modelos de excelencia que le son apropiados a esa forma de actividad y la definen parcialmente, con el resultado de que la capacidad humana de lograr la excelencia y los conceptos humanos de los fines y bienes que conlleva se extienden sistemáticamente” (p. 248).

Así, se podría hablar más exactamente de fines en el caso de la póiesis, y de bienes, en el de la praxis. Dichos bienes inherentes a las actividades, continúa McIntyre, pueden ser de dos tipos: internos y externos. Los internos sólo se pueden obtener cuando se realiza tal o cual actividad; en tanto que los externos son contingentes, es decir cambian de acuerdo con la persona que realiza la acción y las condiciones en las que la realiza. En los adultos se pueden distinguir, en general, algunos como el rango, el poder, el dinero y la fama.

Es característico de los bienes externos que, si se logran, siempre son propiedad y posesión de un individuo. Además, típicamente son tales que cuantos más tenga alguien menos hay para los demás. A veces esto es así necesariamente, como sucede con el poder y la fama, y a veces depende de circunstancias contingentes, como sucede con el dinero. Los bienes externos son típicamente objeto de una competencia en la que debe haber perdedores y ganadores. Los bienes internos son resultado de competir en excelencia, pero es típico de ellos que su logro es un bien para toda la comunidad que participa en la práctica. (p. 252).

Los bienes internos que suponen las actividades humanas o, en palabras de McIntyre, las prácticas, sólo pueden ser alcanzados a través de la virtud a la que define como una cualidad humana adquirida encaminada, precisamente, a lograr los bienes que comprenden las prácticas. Así, dice, hay ciertas virtudes básicas sin las cuales es imposible cumplir con ellos, a saber, la justicia, el valor y la honestidad. La ausencia o rechazo de estos elementos impide que se alcancen los bienes internos y los modelos de excelencia que toda práctica, por historia, lleva consigo. En este caso, la actividad queda desvirtuada, inútil y sólo servirá como “artificio” para lograr los bienes externos que se mencionaron, ya la fama, ya el poder, el dinero o el rango.

En el siguiente apartado se verán los bienes internos y externos que conlleva el periodismo, en tanto que actividad social (profesional), los cuales le dan sentido. Con ello, como se dijo al inicio de este estudio, se pretende contribuir con el esclarecimiento de los fines a los que responde la actividad periodística, con dos propósitos: el primero, que quienes ejercen esta profesión tengan claridad y puedan cumplir con los verdaderos fines que entraña el periodismo; y, segundo, que las

audiencias puedan distinguir entre lo que puede denominarse periodismo y lo que no lo es; así, se encontrarán en mejores condiciones de exigir el cumplimiento de los preceptos que le dan sentido, igual que se le exige a un ingeniero, a un médico, a un abogado o a un profesor el despliegue de sus mejores talentos y el respeto de los principios propios de su actividad.

Sin embargo, es conveniente hacer notar, como lo hizo McIntyre, que las prácticas no son sólo habilidades técnicas -como parece que se ha dicho al aludir al ingeniero, al médico, al abogado.

Lo que distingue a una práctica, en parte, es la manera en que los conceptos de los bienes y fines relevantes a los que sirve la habilidad técnica (y toda práctica exige el ejercicio de habilidades técnicas) se transforman y enriquecen por esa ampliación de las facultades humanas y en consideración a esos bienes internos que parcialmente definen cada práctica concreta o tipo de práctica. Las prácticas nunca tienen meta o metas fijadas para siempre, la pintura no tiene tal meta, como no la tiene la física, pero las propias metas se trasmutan a través de la historia de la actividad. (p. 256).

Esta exigencia cobra una relevancia mayor en el contexto actual en el que el número de medios crece cada día, auspiciado por las facilidades que conceden las herramientas tecnológicas. Discernir los mejores medios, los mejores profesionales, el mejor periodismo, la mejor información es fundamental para el ciudadano que se ve envuelto en sucesos que le afectan, porque al no contar con información confiable, no es capaz de responder de manera *adecuada* a ese entorno.

No se abundará más en este punto ahora, pero es importante poner de relieve la apuesta de Adela Cortina (2004) por construir “sociedades mediáticas”, en el sentido de forjar ciudadanos activos, cuyo protagonismo sea decisivo en el ámbito de los medios de comunicación. Un buen comienzo, sin duda, es aclarar al ciudadano, qué es lo que debe esperar y exigir de la prensa.

2.3 Bienes internos

El sentido de toda actividad social, como se dijo antes, lo otorgan ciertos bienes internos y externos a los cuales responde. Con las consideraciones que preceden a este punto, estamos en condiciones de formular aquellos bienes a los que respondería el periodismo, partiendo de la definición clásica que se dio en el primer capítulo y de lo enunciado por la filósofa española Adela Cortina.

Comencemos diferenciando el bien interno: el que es inherente a la actividad periodística, el que todo profesional que la tenga como práctica debe cumplir si no quiere pasar como un mero simulador, el bien sin el cual el periodismo queda desvirtuado. Tal bien sería el siguiente:

Procurar generar una opinión pública madura y responsable, a partir de información contrastada, opiniones fundadas e interpretaciones razonables que permitan aumentar la libertad de los ciudadanos; para ello, los medios servirán como un foro público que propicie la libre expresión de las opiniones de los diversos sectores de la sociedad. (Cortina, 2004).

En esta formulación es fácil notar conceptos de suma relevancia tales como opinión pública, información contrastada, libertad y foro público, pero es importante notar la cautela con la que se maneja el bien interno del periodismo, pues a diferencia de la definición clásica de los periodistas, la nuestra es menos pretenciosa, sin que eso signifique una limitación en sus funciones que pueda confundirse, incluso, con censura.

Para aclarar este bien interno que le da sentido al periodismo, es necesario “desmenuzarlo” y profundizar en algunos de los términos que lo componen, tales como *información contrastada* y *foro público*, puesto que estos dos elementos se distinguen como propósitos claros: el primero, generar una opinión madura y responsable; y el segundo, permitir la expresión de las ideas.

Para intentar cumplir el primero de dichos propósitos, es necesario que el periodismo provea información contrastada, punto en el que se apela a la objetividad y a la veracidad de los datos que el periodista presenta, cualquiera que sea el soporte: impreso, en audio, video, etcétera. Es la tendencia a la *verdad* de la que hablaban Kovach y Rosenstiel.

Por otro lado, para poder permitir la libre expresión de las ideas es necesario que los medios asuman el papel de foro público que la sociedad y el creciente uso de las plataformas digitales demandan.

Se verá, primero, qué es lo que se quiere decir con información contrastada, verídica o la tendencia a la verdad a la que los medios están obligados a aspirar como parte del bien interno que le da sentido y legitimidad a la labor informativa que realizan.

2.3.1 La tendencia a la *verdad* en el periodismo

El periodismo se distingue de otras formas de comunicación, como la mercadotecnia, por ofrecer información veraz. Como actividad profesional tiende a la verdad. Este elemento es fundamental para considerar como periodismo el trabajo diario de reporteros, editores, jefes de información y todos los involucrados en la elaboración y difusión de hechos.

El periodismo ofrece algo único a una sociedad: la información independiente, veraz, exacta y ecuánime que todo ciudadano necesita para ser libre. Cuando al periodismo se le pide algo distinto a esto, cuando un gobierno ejerce el control de la información, se subvierte la cultura democrática. [...] No sólo está en juego el periodismo, sino algo mucho más importante: si en cuanto que ciudadano tenemos acceso a información independiente que nos permita tomar parte en el gobierno de nuestras vidas. (Kovach & Rosenstiel, 2012, p. 16).

Hablar de *verdad* se torna problemático en el ámbito de la filosofía, pues este concepto ha suscitado discusiones interminables por una gran cantidad de

pensadores a lo largo de la historia de la humanidad. Aquí nos limitaremos a señalar la formulación que hace Immanuel Kant en *Crítica de la razón pura* en cuanto al concepto de verdad, puesto que el objetivo de este trabajo no es ofrecer una conceptualización que se tenga por absoluta, sino una que permita al periodista guiar su trabajo hacia la verdad; una que los ciudadanos tengan ocasión de calificar como fiable. Apuntemos, como se dijo, lo que Kant afirma al respecto.

En su obra de 1781, el filósofo de Königsberg define la verdad como la correspondencia entre el objeto y su conocimiento, consideración aceptada para fines prácticos pero discutida por el hecho de que, se argumenta, es imposible determinar tal correspondencia entre un objeto y su concepto. En un primer momento, sin embargo, esta consideración nos es de utilidad para poder caracterizar el tipo de información que debe ofrecer el periodismo: la que presenta el relato más fiel de los acontecimientos que afectan al ciudadano y de lo que se dice de tales acontecimientos. Más adelante se verán las complicaciones que la veracidad sugiere en el ámbito periodístico, pero que no debe subestimarse sino que debe permanecer como aspiración, siempre. La credibilidad de los medios de comunicación se basa, en gran medida, en el cumplimiento de esta condición y en ello se juega la confianza del periodista.

Dejaremos, pues, las discusiones epistemológicas en torno a la verdad para otros espacios, puesto que lo que aquí importa es dejar claro qué puede entender el periodista por verdad y qué puede esperar o exigir la sociedad del trabajo de éste en cuanto a la fidelidad de los hechos para intentar generar -como se dijo antes- una opinión fundada.

La necesidad de generarse una opinión fundada sobre los acontecimientos que pueden interesar o afectar al individuo responde al instinto de supervivencia, de seguridad de la persona o grupo de personas quienes, gracias a información confiable responderán de manera pertinente a los estímulos del exterior; por ello, el deseo de que la información sea fiel a la verdad es elemental.

“Puesto que las noticias son el material que utiliza el ciudadano para informarse y reflexionar sobre el mundo que le rodea, su cualidad más importante consiste en que sean útiles y fiables. [...] La verdad da lugar, en efecto, da una sensación de seguridad que nace de la conciencia veraz del mundo y de la que forma parte la esencia misma de la información”. (Kovach & Rosenstiel, 2012, p. 53).

Es innegable, pues, la importancia de la tendencia a la verdad del periodismo; pero no queda claro aún a qué nos referimos cuando hablamos de verdad, pues la correspondencia entre el objeto y lo que se dice de él, como apuntaba Kant, parece que pone en aprietos a la actividad periodística ya que los reporteros reproducen – sobre todo en el *diarismo*- las declaraciones e información proporcionada por fuentes oficiales, de las cuales casi siempre se tienen sospechas. Esto representa otro problema para los periodistas, pues la exigencia de informar fielmente sobre lo que acontece los imposibilita de sugerir o insinuar suspicacias o información oculta; ante esto, la única alternativa es la investigación y la objetividad de las que se hablará más adelante.

Con estos inconvenientes parece que el periodismo se encuentra limitado para desvelar la verdad, entendida en un sentido absoluto o filosófico, pues vista así, al parecer es demasiado complicado pretender perseguirla. ¿Qué tipo de verdad es a la que tiende, entonces? Se ha dicho que, en primera instancia, es una fidelidad a los hechos, pero es más que eso. Es un proceso que inicia con la publicación de la primera nota de un suceso que subvierte la cotidianeidad, que es de interés público y que se va construyendo a lo largo del tiempo. Es, en palabras de Kovach y Rosenstiel, un viaje prolongado.

La verdad es un fenómeno complejo y a veces contradictorio, pero vista como un proceso que discurre a lo largo del tiempo, el periodismo puede desentrañarla. El periodismo intenta llegar a la verdad en un mundo confuso procurando discernir en primer lugar lo que es información fidedigna de todo lo que son informaciones erróneas, desinformación o información interesada, para luego dejar que la comunidad reaccione y el proceso de discernimiento continúe. La búsqueda de la verdad se convierte en un diálogo. (p. 64).

Como ejemplo de esa *verdad como viaje prolongado*, es pertinente apuntar una investigación periodística que tuvo grandes consecuencias en la esfera pública del país.

Inició el 9 de noviembre de 2014 con la publicación del reportaje titulado “La casa blanca de Enrique Peña Nieto”⁷, en la que el equipo de investigaciones especiales de la empresa MVS Radio, a cargo de Daniel Lizárraga y Carmen Aristegui, reveló la posesión de una propiedad con un valor aproximado de 86 millones de pesos del presidente de la República, Enrique Peña Nieto. Tal propiedad, sin embargo, está a nombre del Grupo Higa del empresario Juan Armando Hinojosa Cantú, compañía que desde el sexenio de Peña en el Estado de México ha obtenido muchos de los contratos de obra pública. El último de ellos, había sido la licitación de la construcción del tren rápido México-Querétaro, que había ganado un consorcio de empresas nacionales y extranjeras en el que estaba incluida una de Juan Armando Hinojosa⁸. El reportaje presenta información verificada y contrastada ante diversas instancias, que sugiere uno de los mayores casos de corrupción al existir conflictos de interés dados los lazos entre el mandatario del Ejecutivo Federal y el empresario, así como el historial de licitaciones con las que fue beneficiado Hinojosa Cantú⁹

Ante el eco que tuvo la investigación a nivel nacional e internacional, el 19 de noviembre los medios daban cuenta del video¹⁰ que la esposa de Peña Nieto grabó a propósito del escándalo suscitado por la denominada “casa blanca”. Las notas de los diarios locales, nacionales e internacionales reproducían lo que Angélica Rivera

⁷ El reportaje completo puede leerse a través de <http://goo.gl/X8vrtV>

⁸ La licitación fue cancelada un día antes de la publicación del reportaje del equipo de investigaciones especiales de Aristegui.

⁹ En su página de Internet, Constructora Teya destaca que ha construido 58 caminos en el Estado de México, el Distribuidor Vial Naucalpan Par Vial Metepec, la Autopista Toluca-Atlacomulco y diversas unidades médicas en el estado. Sin embargo no proporciona fechas ni costos de estas obras. Ver nota completa a través de <http://goo.gl/bVU7oo>

¹⁰ La información y el video pueden verse en el siguiente enlace: <http://goo.gl/oQI051>, fecha de consulta: 28 de noviembre de 2015

aseguraba: la casa era suya y la había comprado con su sueldo como actriz de la empresa Televisa, y con pagos de diversos contratos de publicidad con otras compañías. En medio de las declaraciones de los involucrados, el 11 de diciembre, el diario Wall Street Journal, publicó que el Secretario de Economía del país, Luis Videgaray también era propietario de una casa en Malinalco, Estado de México, comprada a la empresa de Hinojosa Cantú, la cual había sido vendida al hoy Secretario de Hacienda por 7.5 millones de pesos, el mismo precio en el que la adquirió la compañía de Hinojosa Cantú¹¹.

Los datos que se dieron a conocer a partir de la primera publicación de Aristegui Noticias, le valieron a la administración de Peña Nieto numerosas críticas ante las sospechas de posibles conflictos de interés y redes de corrupción entre el gobierno y empresas privadas. El escándalo internacional, finalmente, obligó al titular del Ejecutivo Federal nombrar un responsable de la Secretaría de la Función Pública que hasta el 3 de febrero de 2015 no contaba con representante. Así, Virgilio Andrade se convertía en el nuevo secretario cuya función principal sería investigar los posibles conflictos de interés entre quien acababa de contratarlo y la empresa de Juan Armando Hinojosa Cantú¹². El 21 de agosto de 2015, Virgilio Andrade informó –luego de una supuesta investigación para determinar el posible conflicto de interés– que el presidente Enrique Peña Nieto y el secretario de Hacienda, Luis Videgaray no violaron la Ley de responsabilidades de servidores públicos¹³.

Como parte de la glosa del tercer informe de gobierno de Enrique Peña Nieto, el 18 de noviembre de 2015, Virgilio Andrade compareció ante la Cámara de Diputados donde fue duramente criticado por los resultados de su investigación y de

¹¹ La nota completo puede consultarse en: <http://goo.gl/wmqv2h>, fecha de consulta: 28 de noviembre de 2015

¹² Una de las notas publicadas al respecto se puede revisar en <http://goo.gl/ma9egg>, fecha de consulta: 28 de noviembre de 2015.

¹³ Al respecto, El Universal publicó la siguiente información: <http://goo.gl/Wxftv>, fecha de consulta: 28 de noviembre de 2015.

haber cerrado el caso. Por lo que en dicha sesión le fue entregada una copia de la solicitud de juicio político interpuesta por el Partido Acción Nacional (PAN)¹⁴

En el momento de concluir la presente tesis la investigación quedó cerrada, sin embargo el cuestionamiento en medios nacionales e internacionales ha continuado. Desde su publicación en 2014, muchos detalles fueron complementando el reportaje inicial. Sobre la licitación del tren de alta velocidad que llegaría a Querétaro, México tuvo que indemnizar al consorcio chino que había ganado el concurso. La obra sigue suspendida, envuelta en rumores y sospechas.

Vista así, el periodismo puede –y debe- buscar la verdad en un sentido que nos permita gestionar nuestra vida cotidiana. (Kovach & Rosenstiel, 2012, p. 59), puesto que “la verdad es de este mundo”, como advertía, Foucault (1979):

Está producida aquí gracias a múltiples imposiciones. Tiene aquí efectos reglamentados de poder. Cada sociedad tiene su régimen de verdad, su “política general de la verdad”: es decir, los tipos de discursos que ella acoge y hace funcionar como verdaderos; los mecanismos y las instancias que permiten distinguir los enunciados verdaderos o falsos, la manera de sancionar unos y otros; las técnicas y los procedimientos que son valorizados para la obtención de la verdad; el estatuto de aquellos encargados de decir qué es lo que funciona como verdadero. (p. 187).

La verdad, pues, de la que pretende dar cuenta el periodismo, se parece más a la que el filósofo francés definió como “el conjunto de reglas según las cuales se discrimina lo verdadero de lo falso y se ligan a lo verdadero efectos políticos de poder”, por lo que entiende que la *contienda* por la verdad no es sino una lucha por el estatuto y el papel económico-político que ésta juega, cuestión por demás elemental a las estructuras y al funcionamiento de la sociedad.

En sociedades como las nuestras la “economía política” de la verdad está caracterizada por cinco rasgos históricamente importantes: la “verdad” está centrada en la forma del discurso científico y en las instituciones que lo producen;

¹⁴ Más información se puede leer en: <http://goo.gl/tBJ3Ui>, fecha de consulta: 28 de noviembre de 2015.

está sometida a una constante incitación económica y política (necesidad de verdad tanto para la producción económica como para el poder político); es objeto bajo formas diversas de una inmensa difusión y consumo (circula en aparatos de educación o de información cuya extensión es relativamente amplia en el cuerpo social pese a ciertas limitaciones estrictas); es producida y transmitida bajo el control no exclusivo pero sí dominante de algunos grandes aparatos políticos o económicos (universidad, ejército, escritura, medios de comunicación); en fin, es el núcleo de la cuestión de todo un debate político y de todo un enfrentamiento social (luchas ideológicas). (p. 188).

Los círculos de poder son los que producen, mantienen y hacen circular “la verdad”, construyéndose así, un régimen de la verdad, el cual no sólo es ideológico o superestructural, sino que ha sido una condición de la formación y el desarrollo del capitalismo.

Cuando se dice que el periodista debe informar la verdad, lo que se está diciendo también es que debe hacerlo con objetividad, entendida no como la ausencia de valoraciones por parte del sujeto en la construcción de la noticia, -pues es imposible que esto suceda así: como persona, el periodista no puede despojarse de sus juicios y del contexto en el que ha crecido. “No se puede ser objetivo, la información siempre se va a abordar desde un punto de vista. ‘Pero desde luego que se puede buscar exactitud, imparcialidad y verdad, y esa búsqueda es continua’”. (Kovach & Rosenstiel, 2012, p. 53).

La objetividad a la que debe responder el periodista no es, en definitiva, la neutralidad ideológica. Nos referimos, en cambio, a la objetividad como la independencia que debe tener el periodista respecto de sus fuentes y de lo que está informando; es decir, no debe haber conflictos de interés.

Más aún, la objetividad hace referencia a la técnica con la que el reportero realiza su trabajo, cuyo rasgo fundamental es la verificación de los datos: el periodista debe contar una versión lo más apegada a los hechos. Una información se entenderá como objetiva cuando haya sido contrastada con el mayor número de fuentes para que pueda presentarse al lector un relato fidedigno de la *realidad*, esa que se da en el marco de la interacción de los distintos grupos sociales.

A principios del siglo XX, Walter Lippmann (2011) advertía de las complicaciones que esto representaba, pues la mayoría de los reporteros eran “testigos accidentales sin formación alguna”, por lo que instaba a que los periodistas se formaran un espíritu más científico: “No importa que la información no sea susceptible de análisis matemático. De hecho, precisamente porque las noticias son un material complejo y resbaladizo, el buen periodismo exige el ejercicio de las virtudes científicas más destacadas”. (p. 104).

En otras palabras, en el concepto original, lo objetivo es el método, no el periodista. La clave está en la disciplina del oficio.

Los periodistas que seleccionan fuentes para que expresen lo que en realidad no es más que su propio punto de vista y a continuación utilizan esa voz neutral para darle visos de objetividad están inmersos en una forma de engaño. Eso daña la credibilidad de toda la profesión y la hace parecer deshonesto, arbitrario, carente de principios, lo cual constituye una formidable advertencia en una época en que los principios básicos de la prensa se ponen tanto en duda. (p. 104).

La investigación y la disciplina de la verificación es el rasgo que distingue al periodismo de otras formas de comunicación, pues, el entretenimiento se centra en divertir al público; la propaganda, en su afán de vender es capaz de construir los hechos y con ello persuadir, manipular.

En este sentido, es necesario, además, que la transparencia acompañe a la verificación. Ésta permite que el público conozca los motivos del periodista, explicando, al momento de presentar la información, por qué ciertos datos le parecen de mayor fiabilidad que otros. Así, la transparencia se convierte en un indicador manifiesto del respeto del periodista hacia su audiencia; con el conocimiento de las motivaciones del reportero y las advertencias que hace sobre la naturaleza de los datos, el público juzgará el valor de la información.

Eso convierte a la transparencia en la protección más eficaz frente a los errores o engaños de nuestras fuentes. (Kovach & Rosenstiel, 2012, p. 113).

En el periodismo, sólo explicando cómo sabemos lo que sabemos podemos aproximarnos a la posibilidad de que el lector sea capaz, si se lo propone, de repetir el reportaje. Esto es lo que significa la objetividad de método en las ciencias, o en el periodismo. (p. 114).

Sin embargo, es necesario reconocer que la mercadotecnia y la promesa de sociedades democráticas explotaron el atributo de veracidad al que debía responder la prensa, y tal cualidad ha quedado únicamente como adorno en las primeras planas de los diarios, al lado de logotipos, plasmado en *sloganes* de radiodifusoras y televisoras. El periódico queretano *Noticias* anuncia a los lectores que en sus páginas encontrarán “la verdad cada mañana”; la estación *Integra 92.7* asegura al espectador ser “el valor de tu voz”; el noticiario *Coup d’ tat* de Grupo Imagen afirma ser “un golpe de estado a la información pagada”. Los mercadólogos y publicistas parecen haber estudiado muy bien la naturaleza del periodismo para vender esas cualidades y por primera vez en la historia, el número de empresas no periodísticas que publican y transmiten noticias es tan grande que ha ocasionado, no sólo una nueva organización económica, sino también la amenaza de la desaparición de la información independiente.

Por ello se insiste en la transparencia y en la objetividad del método para presentar los hechos de la manera más apegada a la realidad. Con toda esta información al alcance de los espectadores, podrán sopesar los contenidos, opiniones e interpretaciones para poder formarse una opinión razonada sobre lo que acontece diariamente.

Pero, en este proceso, tanto los periodistas como el público se ven abrumados por la enorme cantidad de medios que existen hoy, sobre todo gracias a la facilidad y penetración que brinda Internet, no sólo a través de los portales de los medios, sino también –y cada vez más- por medio de las redes sociales. Esta diversidad, ha

provocado, por un lado, que las noticias sean cada vez más fragmentarias y, por otro, que los implicados en el trabajo periodístico se conviertan en receptores de la cantidad de información que circula.

Ante este panorama, los medios y los periodistas han intentado ofrecer algo más que la mera información sobre los hechos, sea por estrategia de venta o por el compromiso real con las audiencias. Una de las tácticas emprendidas por todos los medios es ofrecer mayor contexto y artículos de opinión, con el propósito –se argumenta- de dar más elementos a los lectores en el discernimiento del acontecer diario.

Así, ha cobrado fuerza el periodismo de opinión, que se hace evidente en los esfuerzos de los medios por contar en sus filas con destacados líderes en diversos ámbitos que puedan ofrecer sus puntos de vista sobre los hechos que presentan; sin embargo, esta situación tampoco se libró de convertirse en una estrategia de mercadotecnia: los medios presentan como uno de sus principales atractivos, los nombres de columnistas renombrados.

Los ciudadanos necesitan fuentes a las que puedan recurrir para que les digan lo que es cierto y relevante. Necesitan una respuesta a la pregunta: “De lo que me cuentan, ¿qué puedo creer?”. En esta nueva época, el papel de la prensa, por tanto, consiste en responder a la cuestión: “¿Dónde está la mejor información?”. La verificación y la síntesis se han convertido en la espina dorsal del nuevo papel guardián del periodista, el de ser un “creador de sentido”, como sugiere John Seeley Brown, de Xerox PARC [...]. En resumen, la necesidad de verdad es mayor, no menor, en el nuevo siglo, porque la probabilidad de que haya más mentiras es mucho mayor. (p. 67)

Como decía Walter Lippmann en 1920, “No puede haber libertad en una comunidad que carece de la información necesaria para detectar la mentira”. (p. 102).

Con lo expuesto hasta ahora, hay elementos suficientes para que tanto periodistas como audiencias puedan tener claro, los unos, cuál es la naturaleza de su profesión, y los otros, qué es lo que deben exigir a la prensa. En este último caso,

la pregunta que debe hacerse la sociedad es si el periodista respeta los atributos de verificación, transparencia y lealtad a los ciudadanos. Porque hoy, con tecnologías como un smartphone, computadora, tableta e internet, cualquiera puede pretender ser o hacerse pasar por periodista, pero como se vio, no todo el mundo lo es, si no cumple con las características que se han recuperado hasta aquí.

En el siguiente apartado, se verá otro de los aspectos fundamentales del trabajo informativo: la apertura como foro para la libre expresión de las ideas, no sólo de las fuentes y protagonistas de los hechos, sino de quienes se ven afectados por las acciones de aquellos, es decir, los ciudadanos.

2.3.2 El periodismo como foro público

El artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos del Hombre, de 1948, establece que el derecho a la información es la garantía fundamental que toda persona posee a: atraerse información, a informar y a ser informada.

Ernesto Villanueva (2003) puntualiza los tres aspectos referidos en tal derecho. Así, atraerse información incluye las facultades de acceso a los archivos, registros y documentos públicos, así como la decisión de qué medio se lee, se escucha o se contempla. Por su parte, el derecho a informar incluye las libertades de expresión y de imprenta, además del de la constitución de sociedades y empresas informativas. Y, finalmente, el derecho a ser informado contiene las facultades de recibir información objetiva y oportuna, la cual debe ser completa y con carácter universal. En este sentido, Villanueva engloba en la información su proceso: acopiar, almacenar, tratar, difundir, recibir; y los tipos de ésta: hechos, datos, opiniones, ideas. (p. 72).

Si bien, el derecho a la información es una de las bases del sistema democrático, parece que hoy las sociedades se enfrentan a la contradicción de que el derecho a

la información esté, en gran medida, determinado por empresas cuyos intereses son privados y más bien del tipo económicos.

El derecho a la información contiene algunas libertades de carácter individual y otras de naturaleza social. Entre las primeras podemos mencionar las libertades de expresión y de imprenta. Entre las segundas, el derecho de los lectores, escuchas y espectadores a recibir información objetiva y oportuna y el acceso a la documentación pública, pero el derecho a la información impregna a todos sus elementos y mecanismos de un alto contenido social. (p. 76).

Veamos lo que son tales libertades, de expresión y de imprenta, desde el punto de vista jurídico, pues, como se dijo, luego de la declaración de los Derechos del Hombre, los países han respaldado –al menos- la aspiración de su ejercicio y su defensa.

La libertad de expresión engloba a la libertad de pensamiento, pues se define como la acción de exteriorizar tal pensamiento sin impedimentos de ningún tipo, mientras que no lesione los derechos de terceros, por lo que debe garantizarse como un derecho de carácter individual. Por lo que hace a la libertad de imprenta, se refiere a la misma libertad de expresión pero con un alcance mayor. Tales libertades abarcan cualquier medio o tecnología que difunda información u opinión (p. 75).

La relación entre las esferas antes mencionadas, de libertad de pensamiento, de expresión y de imprenta, se complementan y buscan hacer efectivo el derecho a la información; no debería existir, por tanto, la contradicción que hoy se observa en las empresas periodísticas que, amparadas en el derecho de formar asociaciones o empresas informativas, se han convertido en grandes emporios mediáticos y han limitado la libre expresión de las ideas a determinados sectores y durante etapas concretas.

Con el reconocimiento del derecho a la información se ha constituido una nueva disciplina: el derecho *de* la información, que además, se ocupa de los códigos

de ética, la pluralidad de los medios y, justamente, el poder desmedido que ocupan muchas de las empresas periodísticas. (p. 76).

En el país, el marco jurídico del derecho a la información protege tales derechos y libertades de los ciudadanos, y por ende, de quienes a través de asociaciones o empresas, tienen por actividad informar a la sociedad. El artículo 6º de la Constitución de 1857 dicta que: “La manifestación de las ideas no puede ser objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa, sino en el caso de que ataque la moral, los derechos de terceros, provoque a algún crimen o delito o perturbe el orden público”. En 1977 una reforma agregó la siguiente frase: “el derecho a la información será garantizado por el Estado”.

Y puesto que los derechos conllevan obligaciones, el derecho a la información exige la obligación del respeto mismo de éste y de los demás derechos. Esta obligación cobra especial relevancia cuando se trata de medios masivos, pues la penetración de sus contenidos exige las mejores prácticas. Es aquí donde los ciudadanos deben asumir un papel activo y estar atentos a lo que los medios de comunicación difunden. “Si tienen una pregunta o algún problema, deberían preguntar a los medios informativos. ¿Cómo has sabido esto? ¿Por qué has escrito aquello? ¿Cuáles son tus principios periodísticos? Estas preguntas son preguntas justas, y los ciudadanos merecen una respuesta”. (Kovach & Rosenstiel, 2012, p. 127).

Inmerso en este proceso de contacto permanente y retroalimentación, tanto con las fuentes como con las audiencias, el periodismo se convierte en un diálogo. Mariano Ure (2013) advierte esta necesidad del papel de los medios, sobre todo con la proliferación de tecnologías que permiten el contacto en tiempo real con los ciudadanos. Para esta nueva tarea deben estar preparados los medios en cuanto a los recursos y herramientas tecnológicas; en tanto que el reto para los periodistas será cultivar la habilidad y la sensibilidad para conversar.

Un experimento simple que llevaron a cabo tuiteros españoles en 2012 mostró que los medios tradicionales que están presentes en plataformas virtuales, - en este caso en Twitter- no están dispuestos a conversar, pues de 264 tuits a 22 medios españoles, con consultas y preguntas, el 88% de ellos no tuvo respuesta. (Ure, 2013). Las tecnologías han cambiado la relación que existe entre usuarios y medios.

Propiciar la conversación en ese foro público que ha de proveer el periodismo bien puede equipararse a uno de los cinco sentidos a los que hizo referencia, Kapuscinski (2003): compartir. Un periodista no puede hacer nada solo.

Tenemos que entender que se trata de una obra colectiva en la que participan las personas de quienes obtuvimos las informaciones y opiniones con las que realizamos nuestro trabajo. Por supuesto que un periodista debe tener cualidades propias, pero su tarea va a depender de los otros: aquel que no sabe compartir, difícilmente puede dedicarse a esta profesión. En la mayor parte de los casos nos convertimos en esclavos de situaciones donde perdemos autonomía, donde dependemos de que otro nos lleve a un lugar apartado, de que otro decida hablarnos acerca de aquello que estamos investigando. (p. 16).

Se han abordado ya los dos aspectos que consideramos de especial importancia para el cumplimiento del bien interno del periodismo: la tendencia a la verdad para generar opiniones fundadas en los lectores y la función de foro público que debe cumplir para permitir la libre expresión de las ideas. Se ha visto que la verdad en el periodismo no puede ser la verdad en el sentido filosófico, así lo que los periodistas persiguen es un tipo de verdad que se va construyendo a lo largo del tiempo, sustentada en la verificación de la información, la objetividad del método de procesamiento de los datos y la transparencia en cuanto a las motivaciones de los reporteros. Ello permitirá a los lectores formarse un juicio sobre lo que consumen. Por otra parte, se examinó que ciudadanos y periodistas deben propiciar el intercambio de ideas y opiniones para que el periodismo se convierta en un foro público, papel que, cada vez más, ha exigido el uso de nuevas herramientas tecnológicas.

Ahora es necesario hacer una revisión de los bienes externos de la actividad periodística, los cuales –como se dijo al inicio de este capítulo- cambian de acuerdo con la persona que los realiza y las condiciones en las que lleva a cabo determinada acción. En general, se distinguen: el rango, el poder, el dinero y la fama. En el siguiente apartado se analizarán el dinero y el poder, cuyo exceso ha provocado la corrupción del periodismo.

2.4 Bienes externos

El ejercicio del periodismo que se describió en los apartados anteriores –el que tiende a la verdad, que es objetivo en su método y cuyas motivaciones de quienes lo ejercen se hacen públicas- se torna complicado, principalmente, porque hoy la información se ha convertido en mercancía y en poder.

Estos dos aspectos se han identificado como bienes externos –dinero y poder- de la actividad periodística; es decir, al igual que los bienes internos que le dan sentido, los externos son bienes auténticos, pero presentan la característica de ser contingentes, cambian de acuerdo con la persona que las realiza y las condiciones en las que lo hace.

“No sólo son típicos objetos del deseo humano, cuya asignación es lo que da significado a las virtudes de la justicia y la generosidad, sino que además nadie puede despreciarlos sin caer en cierto grado de hipocresía. Sin embargo, es notorio que el cultivo de la veracidad, la justicia y el valor, siendo el mundo como es contingentemente, a menudo nos impedirá ser ricos, famosos y poderosos. Por tanto, aunque pudiéramos esperar lograr los modelos de excelencia y los bienes internos de ciertas prácticas poseyendo las virtudes, y también llegar a ser ricos, famosos y poderosos, las virtudes son siempre un obstáculo potencial para esta cómoda ambición”. (MacIntyre, 2004, p. 259).

Sin embargo, cuando las prácticas se llevan a cabo con mira únicamente a estos bienes externos, las actividades sociales se desvirtúan y corrompen pues,

como se dijo, el dinero, el poder y la fama, se pueden conseguir de acuerdo a condiciones sociales diversas.

Por otro lado, es necesario acotar, como lo advirtió MacIntyre, que a menudo la corrupción de las actividades sociales viene determinada en gran medida por las instituciones, pues como tales, éstas se estructuran en términos de jerarquía y poder y necesitan de bienes materiales y dinero para sostenerse a sí mismas y sostener las prácticas que albergan. Al final, continúa MacIntyre, ninguna práctica puede sobrevivir largo tiempo si no es sostenida por instituciones. Aquí, es donde cobra especial relevancia el papel de las virtudes como auxiliares para resistir el poder corruptor de las instituciones.

Instituciones y prácticas forman típicamente un orden causal único, en donde los ideales y la creatividad de la práctica son siempre vulnerables a la codicia de la institución, donde la atención cooperativa al bien común de la práctica es siempre vulnerable a la competitividad de la institución. En este contexto, la función esencial de las virtudes está clara. Sin ellas, sin la justicia, el valor y la veracidad, las prácticas no podrían resistir al poder corruptor de las instituciones. (p. 257).

Por tanto no debe confundirse la medicina con los hospitales, la ciencia con las universidades o los centros de investigación, la natación con las asociaciones deportivas, el periodismo con los grandes emporios mediáticos. Las prácticas no deben ser pervertidas por la institución que las soporta.

Como institución, las empresas periodísticas han impuesto nuevos atributos a la información periodística, dejando de lado las cualidades que se han mencionado a lo largo del presente trabajo. Hoy, la búsqueda de la verdad dejó de ser uno de los imperativos del periodismo y, como se ha señalado, la información espectáculo es la que predomina en los contenidos de la mayoría de los medios de comunicación.

Con este telón de fondo, describiremos a continuación el fenómeno del que se ocupó Lyotard (1991) en *La condición postmoderna*: la mercantilización del saber en sociedades industriales avanzadas.

2.4.1 La información como mercancía

El conocimiento, define Lyotard, es el conjunto de enunciados que denotan o describen objetos y que son susceptibles de ser declarados verdaderos o falsos. Por tanto, es importante subrayar la aseveración de que el saber no se limita al saber científico, sino que éste sería un subconjunto de conocimientos. En lo que toca a la ciencia, ésta se distingue por las condiciones que impone a los enunciados que la conforman ya que, por un lado, requiere que los objetos a que hacen referencia sean observables y accesibles de modo recurrente; y, por otro, que precisamente esa observación permita decidir si los enunciados son aceptados como parte del lenguaje científico de los expertos. (p. 18).

Por otro lado, el saber es el que permite conocer, decidir, valorar, transformar, etc.; por ello, además de meros enunciados denotativos, se identifican las ideas de saber-hacer, saber-vivir, saber-oír, entre otras. Este saber no sólo determina la verdad o falsedad de los enunciados, sino que posibilita definir su eficiencia (cualificación técnica) y otros criterios tales como los de justicia (sabiduría ética), belleza sonora, cromática (sensibilidad auditiva, visual), etc. Por esto, afirma Lyotard, este tipo de saber requiere una formación amplia en las competencias para poder llevar a cabo las funciones de valorar, transformar, etc., con respecto a los enunciados que lo conforman. (p. 18).

A este saber, Lyotard lo denomina “narrativo”, pues su forma principal es el relato y, como se puede ver, está asociado a la costumbre, ya que son los criterios aceptados por medio del consenso, en un determinado contexto, los que posibilitan que los enunciados de este saber puedan ser considerados eficientes, justos o bellos.

En esta categoría es donde se puede situar la información periodística, puesto que los relatos del saber narrativo, de acuerdo con Lyotard, cuentan:

Lo que se puede llamar formaciones positivas o negativas, es decir, los éxitos o fracasos que coronan las tentativas del héroe, y esos éxitos o fracasos, o bien dan su legitimidad a instituciones de la sociedad (función de los mitos) o bien representan modelos positivos o negativos (héroes felices o desgraciados) de integración en las instituciones establecidas (leyendas, cuentos). [...] La forma narrativa, a diferencia de las formas desarrolladas del discurso del saber, admite una pluralidad de juegos de lenguaje: encuentran fácilmente sitio en el relato enunciados denotativos, referidos por ejemplo a lo que se conozca del cielo, las estaciones, la flora y la fauna; enunciados deónticos que prescriben lo que se debe hacer en cuanto a esos mismos referentes o en cuanto a los parientes, a la diferencia de sexos, a los niños, a los vecinos, a los extraños, etc.; enunciados interrogativos que están implicados, por ejemplo, en los episodios de reto (responder a una pregunta, elegir un elemento de un grupo); enunciados valorativos, etc. (p. 19).

Aunque la narración de tales relatos no está asignada a un determinado perfil –sexo, edad, profesión-, en el sentido amplio en el que aborda Lyotard, nosotros, al circunscribir el periodismo como parte de este saber narrativo, identificamos plenamente al periodista como el responsable de articular el discurso periodístico y transmitirlo por medio de las herramientas que le son propias: en sus inicios, el papel; luego, la radio y la televisión; hoy, los soportes digitales.

En este sentido, el incremento de tales tecnologías de la información ha afectado -y lo seguirá haciendo- en un doble sentido al saber: en su investigación y en su circulación, pues cada vez más, su difusión dependerá de la traducibilidad del saber a las máquinas por las cuales se transmiten. Con la hegemonía de la informática, se impone cierta lógica, y, por tanto, un conjunto de prescripciones que se refieran a los enunciados aceptados como “saber”. (p. 6)

Se puede, por consiguiente, esperar una potente exteriorización del saber con respecto al “sabiente”, en cualquier punto en que éste se encuentre en el proceso de conocimiento. El antiguo principio de que la adquisición del saber es indisoluble de la formación (Bildung) del espíritu, e incluso de la persona, cae y caerá todavía más en desuso. Esa relación de los proveedores y de los usuarios del conocimiento con el saber tiende y tenderá cada vez más a revestir la forma que los productores y los consumidores de mercancías mantienen con estas últimas, es decir, la forma valor. El saber es y será producido para ser vendido, y

es y será consumido para ser valorado en una nueva producción: en los dos casos, para ser cambiado. Deja de ser en sí mismo su propio fin, pierde su "valor de uso." (p. 7).

Si bien el trabajo de Lyotard hace especial énfasis en el saber científico y su comercialización, bien podemos dar por ciertas sus consideraciones en cuanto al saber narrativo -en el que hemos incluido al periodismo- pues hoy, la información que circula entre los medios de comunicación responde a esa lógica en la que ya no importa si es cierto o falso lo que se transmite, sino que las redacciones valoran el impacto que tendrá, deseando que se vea reflejado en sus ingresos. Y si acaso, otra información aparece publicada sin al menos ser revisada por los editores y jefes de información, es porque de todas formas, el elemento mercantil está detrás, bajo la forma de publirreportajes, es decir, información pagada.

Pero es probable que esos relatos ya no constituyan el resorte principal del interés por el saber. Si ese resorte es el poder, este aspecto de la didáctica clásica deja de ser pertinente. La pregunta, explícita o no, planteada por el estudiante, profesionalista, por el Estado por la institución de enseñanza superior, ya no es: ¿eso es verdad?, sino ¿para qué sirve? En el contexto de la mercantilización del saber, esta última pregunta, las más de las veces, significa: ¿se puede vender? Y, en el contexto de argumentación de poder ¿es eficaz? (p. 41).

Así, los conocimientos circulan igual que lo hace la moneda en los distintos países; el valor de la información ya no lo determina su calidad formativa (más enfocada al saber científico), ni su importancia política, sea administrativa, diplomática o militar. ¿Qué o quién lo define, entonces? La cuestión del saber en la edad de la informática es más que nunca la cuestión del gobierno (p. 9), y de grupos de expertos que, a decir de Lyotard, cada vez están cambiando la clase dirigente en el mundo:

La disposición de las informaciones es y será más competencia de expertos de todos los tipos. La clase dirigente es y será cada vez más la de los "decididores". Deja de estar constituida por la clase política tradicional, para pasar a ser una base formada por jefes de empresa, altos funcionarios, dirigentes de los grandes organismos profesionales, sindicales, políticos, confesionales. (p. 15).

Como mercancía, pues, el saber se ha convertido en uno de los elementos más importantes en la lucha por el poder en el mundo, pues “igual que los Estados-naciones se han peleado para dominar territorios, después para dominar la disposición y explotación de materias primas y de mano de obra barata, es pensable que se peleen en el porvenir para dominar las informaciones. Así se abre un nuevo campo para las estrategias industriales y comerciales y para las estrategias militares y políticas. (p. 7).

La discusión en torno a la transmisión y circulación del saber, tanto científico como narrativo, responde a un único objetivo: el poder: “No se compran *savants*, técnicos y aparatos para saber la verdad, sino para incrementar el poder”. (p. 37).

Actualmente, advierte Kapuscinski (2003), el poder está en manos de quien posea un estudio de televisión, un diario, una radio. “Por eso los que se sublevaron en contra de los regímenes antidemocráticos en Europa y Asia no trataron de tomar las sedes presidenciales o parlamentarias, sino que fueron directamente a conquistar los canales de televisión” (p. 25), pues la gente conoce la historia del mundo a través del discurso –casi siempre fragmentado- de los grandes medios. Esta situación no cambiará mientras la información se venda como cualquier otro producto y siga moviendo tanto dinero como lo hace hoy.

El siguiente apartado tratará, justamente, del poder que han acumulado los medios, el cual se advierte como como bien externo.

2.4.2 Periodismo: ¿el cuarto poder?

Se ha señalado ya que en una sociedad industrializada como la que vivimos y con el aumento de las tecnologías de la comunicación, la información ha perdido su valor de formación o de relevancia política o diplomática y se ha convertido en mercancía. Y esto, la rentabilidad económica, es uno de los bienes externos del periodismo que,

como se dijo, si se busca por sí mismo, lo desvirtúa y nos deja ante la mera simulación de éste.

Nos ocupamos del poder y no de la fama -otro de los bienes externos del periodismo como actividad social- porque el protagonismo de la prensa le ha merecido la denominación de *cuarto poder*. Así, con los hombres de negocios en el lugar de los “románticos buscadores de la verdad” la función tradicional de los medios cambió radicalmente.

En el pasado los medios se instalaban en edificios de segunda categoría y disponían de espacios estrechos y mal acondicionados donde se afanaban los periodistas, casi siempre mal vestidos y sin dinero en el bolsillo. Hoy un canal de televisión perteneciente a las grandes cadenas ocupa suntuosos palacios llenos de mármoles y espejos, por cuyos silenciosos pasillos el visitante es conducido por deslumbrantes asistentes. En estos ámbitos se concentra el poder que antes ostentaban sólo los jefes de gobierno. (Kapusinski, 2003, p. 25).

Dada, pues, la creciente influencia de los medios de comunicación en sociedades industrializadas, nos disponemos a revisar lo que esa influencia ha significado en términos de poder. En este apartado se examinará al poder a partir de los estudios de Michel Foucault.

Como se vio, la mercantilización de la información guarda una estrecha relación con el poder. Así, advertimos en *Microfísica del poder* (1979) la afirmación de que “no existe relación de poder sin constitución correlativa de un campo de saber ni de saber que no suponga y no constituya al mismo tiempo unas relaciones de poder” (p. 34). El discurso periodístico, como parte del saber narrativo apuntado por Lyotard, se constituye entonces como un campo en el que esas relaciones de poder existen íntimamente relacionadas con el aspecto político y económico.

Tradicionalmente el poder era pensado en términos de derecho, en primera instancia por la connotación de prohibición y porque durante siglos el derecho fue un instrumento para la constitución de los poderes monárquicos en Europa; en tanto que en el siglo XVII el propio derecho se volcó contra el poder monárquico que había

ayudado a constituir. La situación política que se vivía impedía que los análisis sobre el poder rebasaran esta visión en términos del derecho: por un lado, la derecha lo planteaba en términos jurídicos, de soberanía, en tanto que los grupos de izquierda identificados con la ideología marxista definían al poder en términos de aparato de Estado. (Foucault, 1979, p. 180).

La manera como el poder se ejercía concretamente y en detalle, con toda su especificidad, sus técnicas y sus tácticas, no se planteaba; uno se contentaba con denunciarlo en el “otro”, en el adversario, de un modo a la vez polémico y global: el poder en el socialismo soviético era llamado por sus adversarios totalitarismo; y en el capitalismo occidental era denunciado por los marxistas como dominación de clase, pero la mecánica del poder jamás era analizada. Sólo se ha podido comenzar a realizar este trabajo después del 68, es decir a partir de luchas cotidianas y realizadas por la base, con aquellos que tenían que enfrentarse en los eslabones más finos de la red la fecundidad verosímil de estos análisis del poder para darse cuenta de las cosas que habían permanecido hasta entonces fuera del campo del análisis político. (p. 180).

En este sentido, Foucault, rechaza la concepción tradicional de poder, como aquel instrumento de orden jurídico cuya esencia es “lo que prohíbe, lo que dice no”, para sustituirlo por uno más de orden técnico y estratégico.

Me parece que con demasiada frecuencia, según el modelo que ha sido impuesto por el pensamiento jurídico-filosófico de los siglos XVI y XVII, se reduce el problema del poder al problema de la soberanía: ¿Qué es el soberano? ¿Cómo puede constituirse? ¿Qué es lo que une los individuos al soberano? Este problema, planteado por los juristas monárquicos o antimonárquicos desde el siglo XIII al XIX, continúa obsesionándonos y me parece descalificar toda una serie de campos de análisis; sé que pueden parecer muy empíricos y secundarios, pero después de todo conciernen a nuestros cuerpos, nuestras existencias, nuestra vida cotidiana. En contra de este privilegio del poder soberano he intentado hacer un análisis que iría en otra dirección. Entre cada punto del cuerpo social, entre un hombre y una mujer, en una familia, entre un maestro y su alumno, entre el que sabe y el que no sabe, pasan relaciones de poder que no son la proyección pura y simple del gran poder del soberano sobre los individuos; son más bien el suelo movedizo y concreto sobre el que ese poder se incardina, las condiciones de posibilidad de su funcionamiento. (p. 157).

Visto el poder como prohibición se asume que hay dos partes cuyo rol es, el de una, ejercerlo; y, el de la otra, aceptarlo o rechazarlo.

Una sola y única “fórmula” de poder (la prohibición) es así aplicada a todas las formas de sociedad y a todos los niveles de sometimiento. Ahora bien, haciendo del poder la instancia del no, se está avocando a una doble “subjetivación”: el poder, del lado en el que se ejerce, es concebido como una especie de gran Sujeto absoluto –real, imaginario o jurídico, poco importa- que articula la prohibición: Soberanía del Padre, del Monarca, de la voluntad general. Del lado en el que el poder se sufre, se tiende igualmente a “subjetivarlo” determinando el punto en el que se hace la aceptación de la prohibición, el punto en el que se dice “sí” o “no” al poder; y de este modo para dar cuenta del ejercicio de la Soberanía se supone ya sea la renuncia a los derechos naturales, ya sea el contrato social, ya sea el amor al maestro. (p. 169).

Considerar, pues, al poder sólo como aquel que proviene del soberano provoca que se deje de lado la base que lo hace posible, las *otras* relaciones de poder –en un aspecto más cotidiano- que lo soportan y la complejidad misma que entrañan.

Así, Foucault puntualiza algunos elementos que distinguirían al poder en tanto que relaciones de poder: están apoyadas en otro tipo de relaciones, sean familiares, de producción, de sexualidad, etc.; tales relaciones son multiformes, es decir, no sólo se presentan bajo la forma de prohibición que clásicamente se le asignaba. Dado, pues, el entrecruzamiento entre tales relaciones de poder se suponen mecanismos de dominación, en los que no sólo existen dominantes y dominados, sino una variedad de relaciones de dominación que son parcialmente integrables en estrategias de conjunto. Aquí es donde reside la *utilidad* de las relaciones de poder, pues pueden ser aplicadas en tales estrategias y no únicamente porque respondan a un interés económico. Otro aspecto que caracteriza a las relaciones de poder es la existencia inherente a ellas de las resistencias, ya que éstas se originan donde el poder está presente. La resistencia al poder no proviene sólo del exterior sino también del interior, y por tanto, su naturaleza también es múltiple e integrable en estrategias globales (p. 170).

En este contexto, es fácil notar que la efectividad de las relaciones de poder no reside en su forma de prohibir o de reprimir si acaso se viola o corrompe tal discurso jurídico, sino que en tanto que mecanismo complejo de relaciones de poder

produce cosas, discursos, placer, etc., que atraviesan a la sociedad. Afirma el filósofo francés:

Si el poder no fuera más que represivo, si no hiciera nunca otra cosa que decir no, ¿pensáis realmente que se le obedecería? Lo que hace que el poder agarre, que se le acepte, es simplemente que no pesa solamente como una fuerza que dice no, sino que de hecho la atraviesa, produce cosas, induce placer, forma saber, produce discursos; es preciso considerarlo como una red productiva que atraviesa todo el cuerpo social más que como una instancia negativa que tiene como función reprimir. (p. 183).

A partir del siglo XVII y XVIII, continúa Foucault, la referida productividad del poder se ha visto asistida gracias a la tecnología. Actualmente ya no son necesarios grandes ejércitos o aparatos policiales que libran aparatosas contiendas; hoy, existen mecanismos menos costosos en muchos aspectos (económico, humano, temporal) y más eficaces para producir aquello que el poder produce.

Uno de esos mecanismos es el poder que, justamente, gracias a las tecnologías, han podido desplegar las empresas informativas que, poco a poco, se han convertido en grandes emporios mediáticos.

Tal como se puso de relieve en el apartado dedicado a la verdad en el periodismo, los medios de comunicación forman parte de ese cúmulo de aparatos políticos o económicos que producen y transmiten la verdad; la mantienen y mantienen, al mismo tiempo, el desarrollo del capitalismo

Tal vez sea demasiado pretencioso situar a la prensa como el cuarto poder, puesto que hay muchas regiones del mundo en las que sus pobladores no están en contacto con ningún medio de comunicación, pero lo que es innegable es el impacto que tiene el manejo de la información por parte de las empresas informativas en las sociedades tan complejamente informatizadas.

También es cierto que el estatuto de mecanismo de poder atribuido a la prensa se puede justificar desde el simple hecho de que una de sus funciones es,

precisamente, ejercer un control y una vigilancia de los poderes gubernamentales, empresariales, sociales, etc.

La función de vigilar del periodismo no consiste sólo en conseguir que la acción del poder sea transparente, sino dar a conocer las consecuencias de la acción de ese poder y lograr que sean comprensibles. Esto, lógicamente, implica que la prensa sepa reconocer dónde actúa el poder de manera eficaz y dónde no lo hace. ¿Cómo puede la prensa pretender vigilar a los poderosos si no da fe de sus éxitos tanto como de sus fracasos? La crítica permanente pierde significado, y el ciudadano no tiene base para distinguir lo bueno de lo malo. (Kovach, 2004: 158).

La acumulación del poder empresarial que va conferido, en parte, por esa función de vigilancia, amenaza y al mismo tiempo condiciona la independencia que la prensa necesita para fungir como un vigilante del poder y dar cuenta de ello. El poder, tal como afirma Foucault, lleva consigo la resistencia.

En el siguiente capítulo se verá cuáles pudieran ser las herramientas de las cuales el periodismo puede asirse para evitar, en la medida de lo posible, su corrupción, apelando al ejercicio de las virtudes de las que hablaba Aristóteles; concretamente, de la prudencia para poder construir un marco de responsabilidad social en el que impere una nueva relación entre periodistas y ciudadanía.

Capítulo III

RESPONSABILIDAD SOCIAL DEL PERIODISMO

Los periodistas no son como cualquier empleado de una empresa pues el *material* con el que trabajan es por demás delicado: la gente. Por ello, la carga que recae sobre el criterio del periodista es muy pesada. En este sentido, el periodismo es un gestor de carácter y es por esta misma razón por la que Kapuscinski aseveró que los cínicos no sirven para este oficio.

La formación de tal carácter y la deliberación en situaciones complicadas requiere de condiciones mínimas, de entre las cuales, resulta determinante el lugar de trabajo de los reporteros, pues todos los esfuerzos éticos, todas las excelencias de carácter precisas para el desarrollo de una actividad quedan reducidas o se vuelven insuficientes cuando el clima laboral o las determinaciones empresariales obstaculizan el cumplimiento de las metas que le son propias, en este caso, al periodismo.

Con nuestras palabras, con lo que escribimos sobre ellos, podemos destruirles la vida. Nuestra profesión nos lleva por un día, o acaso por cinco horas, a un lugar que después de trabajar dejamos. Seguramente nosotros nunca regresaremos allí pero la gente que nos ayudó se quedará, y sus vecinos leerán lo que hemos escrito sobre ellos. Si lo que escribimos pone en peligro a esas personas, tal vez ya no puedan vivir más en su lugar y quién sabe si habrá otro sitio adonde puedan ir. Por eso escribir periodismo es una actividad sumamente delicada. Hay que medir las palabras que usamos, porque cada una puede ser interpretada de manera viciosa por los enemigos de esa gente. Desde este punto de vista nuestro criterio ético debe basarse en el respeto a la integridad y la imagen del otro. (Kapuscinski, 2003, p. 17).

En este apartado se comienza analizando a la prudencia como una de las vías para intentar alcanzar el fin del periodismo enunciado en este trabajo: procurar generar una opinión fundada con base en información contrastada, permitiendo la libre expresión de las ideas. En un segundo momento se hablará de la naturaleza de las redacciones y de la influencia que ejercen en el *producto* final del reportero. Para terminar, se expondrá la necesidad de instaurar una nueva relación entre las

audiencias y los medios, con el fin de construir sociedades activas que sean partícipes en la mejora de los contenidos de los medios.

3.1 La prudencia aristotélica

Siendo el periodismo una actividad social, como se dijo antes, con bienes internos y bienes externos que le otorgan sentido, es necesario que quien la realiza escoja siempre, por encima de los externos, los bienes internos para evitar con ello la corrupción de la actividad periodística. Se ha visto que tal corrupción inicia desde niveles a los que difícilmente llega el reportero *de a pie* -principalmente por los intereses comerciales y políticos de las empresas periodísticas- pero también se ha insistido en que, justamente por ese motivo, este trabajo pretende impactar en las prácticas diarias de los reporteros, pues son los primeros mediadores entre la información y el auditorio.

Como tales, pues, los periodistas deciden en cada nueva circunstancia el tratamiento que le darán a la información que cubren o investigan, y es por eso que se dice que el periodismo es un gestor del carácter. La naturaleza de la información y las consecuencias que ésta podría desencadenar demandan, por lo tanto, prudencia por parte del periodista.

La prudencia y la virtud moral, de acuerdo con Aristóteles, son las que permiten al hombre alcanzar el fin que le es propio. Por un lado, se ha dicho, la virtud moral es la que hace que tal fin sea bueno, mientras que, por otro, la prudencia hace que los medios por los cuales se busca llegar a él sean igualmente buenos, pues los fines pueden ser alcanzados de diversas maneras, pero sólo los medios adecuados son los que dotarán, al final, de legitimidad y sentido.

Así, la prudencia se aplica sólo a las cosas que pueden ser de otra manera, es decir, donde es posible la deliberación por la razón del hombre; en tanto que virtud, la deliberación es el objeto principal de la prudencia. Dice Aristóteles:

La prudencia es una virtud y no un arte. Como hay dos partes en el alma que están dotadas de razón, la prudencia sólo corresponde a la que tiene por divisa la opinión porque la opinión, lo mismo que la prudencia, se aplica a todo lo que es contingente. No puede decirse, sin embargo, que la prudencia sea una simple manera de ser que acompañe a la razón; y la prueba es que una manera de ser podría perderse por el olvido, mientras que la prudencia no se pierde ni se olvida jamás. (Aristóteles, p. 215).

Por su naturaleza deliberativa, la prudencia determina la acción; por ello, es práctica y requiere de experiencia, quedando así desplazada la ciencia de este proceso, el estagirita le otorga un papel central a la sensación.

Pero la prudencia no se limita sólo a saber las fórmulas generales sino que es preciso que sepa también todas las soluciones particulares; porque es práctica, porque obra; y la acción se aplica necesariamente al pormenor de las cosas. Por esta razón, ciertas gentes que no saben nada, son muchas veces más prácticas y más aptas para obrar que los que saben; éste es un motivo, entre otros, de la ventaja de los que tienen experiencia. (p. 219).

La deliberación es el acto razonado de la inteligencia y como tal, conlleva indagación y cálculo, proceso que sólo puede llevarse a cabo con calma y madurez y tras la inversión de tiempo por parte de quien delibera. Ahora bien, como la deliberación se refiere a las cosas que pueden ser de otra manera, es fácil notar que la deliberación pueda recaer sobre lo que es distinto de la obra propia del hombre, por lo que la deliberación sólo puede clasificarse como sabia cuando ésta persigue el bien, cuando decide sobre cosas buenas, sobre aquellas que llevan al hombre a la consecución de los fines de sus actividades sociales.

Al hombre que sabe deliberar sabiamente es al que se tiene por prudente. “El rasgo distintivo del hombre prudente es, al parecer, el ser capaz de deliberar y de juzgar de una manera conveniente sobre las cosas que pueden ser buenas y útiles para él”. (p. 213).

Una sabia deliberación es la rectitud que nos sirve para distinguir el objeto que debemos buscar, el medio que debemos emplear, y el tiempo en que es preciso que obremos. En fin, puede suceder que se tome una sabia resolución, ya de una manera absoluta y general, ya de una manera especial para un fin particular. La deliberación absolutamente sabia es la que arregla la conducta del hombre en relación con el fin supremo y absoluto de la vida humana; mientras que en el segundo caso sólo recae sobre el objeto particular que busca. Pero si la sabia deliberación es el privilegio de las fuentes sensatas y prudentes, se sigue de aquí que ella es la rectitud de juicio aplicada a un fin útil, del cual la prudencia nos ha dado concepto exacto y verdadero. (p. 226).

La prudencia, con la sabiduría, la inteligencia y la ciencia, es una de las facultades que nos permite descubrir la verdad; en nuestro caso: la verdad como viaje prolongado que va desvelando el periodismo con el continuo de sus investigaciones.

De las facultades mencionadas, Aristóteles distingue la inteligencia de la prudencia –aunque se ocupan de los mismos objetos- al afirmar que ésta es imperativa al prescribir lo que es preciso hacer, mientras que la inteligencia es crítica y se limita a juzgar.

Se sigue, entonces, que la prudencia se aplica a lo que es justo, bello y bueno para el hombre; el hombre virtuoso debe realizar actos en la búsqueda de lo justo y lo bueno, para lo cual es necesaria la práctica.

Sucede lo que con los ejercicios y remedios que procuran al cuerpo la salud y el vigor, que no son nada mientras no se ponen en práctica realmente, y mientras sólo se hable de ellos como consecuencias posibles de cierta aptitud; porque en realidad no gozamos más salud ni somos más fuertes simplemente porque poseamos la ciencia de la medicina y de la gimnástica. (p. 230).

Así, no basta con decir que la prudencia es una facultad que obra con auxilio de la razón para discernir entre lo bueno y lo malo, sino que es necesario desplegar nuestros esfuerzos para conducirnos como hombres virtuosos, movidos no sólo por el deseo sino por la intención, por una preferencia reflexiva. “Siempre que un hombre sabe discernir bien su interés en todo lo que le toca personalmente, se le llama

prudente, y se siente uno dispuesto a confiarle en cuidado de las cosas de este género". (p. 217).

Para ser un profesional de cuerpo entero es preciso ejercitar las excelencias del carácter -entre ellas la prudencia- necesarias para cumplir con los fines de nuestra actividad y que le otorgan sentido; este conocimiento ético, al igual que el técnico, es necesario estudiarlo y desarrollarlo. (Cortina, 2004).

Por eso se dice que el periodismo es un gestor de carácter. Pues coloca al periodista en situaciones en las que ejercita, a fuerza de la necesidad, virtudes como la prudencia. Pensemos en la fotógrafa Nilufer Demir, que hacia finales del 2015 cubría el drama de los refugiados en Europa. Una fotografía suya publicada en medios alrededor del mundo avivó la polémica no sólo sobre la crisis migratoria, sino también sobre la responsabilidad en las prácticas de los medios de comunicación. Aylan Kurdi, era un niño sirio de tres años que pereció en el intento de su familia de salir de Siria; la fotografía muestra el cuerpo sin vida de Aylan en las costas de Turquía¹⁵.

La fotógrafa siguió la máxima que comparten otros periodistas como el mexicano Julio Scherer, quien pregonaba que de ser preciso, iría al infierno si el diablo le concediera una entrevista.

La fotógrafa, pues, actuó en consecuencia: tomó la fotografía y su agencia la puso a disposición de los medios alrededor del mundo, quienes al ver la crudeza de la imagen discutieron, analizaron, reflexionaron y deliberaron si debían publicarla o no¹⁶. Muchos de estos sucesos, como el caso de Aylan Kurdi, son inesperados y los

¹⁵ Días después de la publicación de la foto, un diario español presentó fotografías con la versión de que el cuerpo del niño Kurdi había sido movido para la toma de la escena. Al respecto puede leerse más en <http://larepublica.es/2015/09/08/al-nino-sirio-ahogado-lo-movieron-de-sitio-y-posicion-para-hacerle-la-foto/>, fecha de consulta 6 de enero de 2016.

¹⁶ En este enlace se puede apreciar un poco de las consideraciones de los miembros de la redacción de El Mundo, medio español que publicó la foto. http://videos.elmundo.es/v/0_nwbf456f-asi-se-

medios deben deliberar en un periodo corto de tiempo; tales deliberaciones colocan a directivos, editores y jefes de información en lugares en los que una decisión requiere tomar como base conceptos tan abstractos como dignidad, persona, dolor, derechos, entre otros.

En el siguiente apartado se verá que, idealmente, son necesarias ciertas condiciones en los medios de comunicación para propiciar tales deliberaciones prudentes en situaciones de gran calado.

3.2 Responsabilidad social

Se ha puesto de relieve la necesidad de las sabias deliberaciones por parte de los medios de comunicación, si es que éstos aspiran a cumplir con los bienes internos que le son propios y le dan sentido. Muchos de sus integrantes, los editores, los reporteros, los fotógrafos, ejercitan estas virtudes sin ser totalmente conscientes de ello. La cobertura diaria impide detenerse y reflexionar sobre sus decisiones al destacar ciertos aspectos de una nota, la perspectiva de una fotografía o sobre las siete u ocho palabras que escogen para formar los titulares de sus medios.

Permitir tal reflexión es complicado con las exigencias del mercado y la obediencia que los corporativos mediáticos le profesan; pero, insistimos, en que para que el verdadero periodismo logre su propósito es preciso que existan ciertas condiciones mínimas. “La ética incorpora siempre una dimensión utópica en sentido positivo: el deber ser frente al es. Pero no de irrealidad: las exigencias morales de los profesionales de la comunicación requieren un contexto que las haga mínimamente posibles”. (Aznar, 1996, p. 119).

[debatio-en-el-mundo-el-uso-de-la-foto-del-nino-de-la-playa?count=0](#), fecha de consulta: 6 d enero de 2016.

Aznar (1996) reconoce que si bien no hay obligaciones legales para las empresas periodísticas en cuanto tales, sí las hay por el tipo de servicio que “venden”: información pública, derecho a la información. Por ello, caben las exigencias de responsabilidad al realizar su labor, así como a otras empresas se les exige, por ejemplo, el manejo responsable de recursos, desechos, sustancias tóxicas, etc. Dice Tallón, citado por Aznar, que:

La empresa periodística, en su estructura, organización, principios inspiradores, en nada se diferencia de cualquier otra empresa, sea del sector que fuere. Por ello, en cuanto a la especialidad de la empresa periodística, el acento ha de ponerse en su finalidad específica: el servicio a la comunidad, la función pública de informar, la libertad de expresión y, como suma, la realización del derecho universal a la información, de donde el deber de informar como causa de la empresa informativa. (p. 120).

Y puesto que los medios de comunicación realizan un servicio a la comunidad, su “producto”, no sólo satisface esa necesidad de información de la sociedad, sino que lleva una carga ideológica, ante lo cual es necesario poner de manifiesto el compromiso con la calidad de la información que difunden. Aznar llama principios editoriales a esas condiciones mínimas, cuya obligación de cumplir se asemeja a las promesas:

[...] la proclamación de los principios editoriales por parte de una empresa es, como toda promesa, un ejercicio de libertad (en este caso, de su libertad de iniciativa empresarial) y su contenido concreto dependerá enteramente de su voluntad. Ahora bien, una vez que se ha hecho (voluntariamente) una promesa, se está obligado a cumplirla. Y esa obligación de cumplirla ya no depende de mis deseos o apetencias de llevarla a cabo, sino de las expectativas que sobre mi conducta he hecho abrigar a las demás personas- e incluso a mí mismo. De modo que la proclamación de los principios editoriales comporta el compromiso implícito por parte de la empresa de seguirlos. Consiguientemente estamos ante el inicio de una obligación moral que la empresa contrae con el medio, con sus profesionales, con sus receptores y con el público en general, en la medida en que se ha generado en todos ellos unas determinadas expectativas sobre su oferta futura. (p. 121).

Este compromiso público que asume el medio con sus fuentes y con sus audiencias, le da identidad y en un mediano plazo le significa uno de los mayores intangibles para cualquier empresa: credibilidad. La lucha –continúa Aznar- en medio

de un capitalismo voraz- está en inclinarse por este activo que da una ganancia inconmensurable. Si todas las empresas dieran más peso a este aspecto, se estaría en condiciones para crear una cultura en la que el prestigio profesional y ético tuviese un valor propio (p. 122). Pero este desafío no sólo es de los medios de comunicación sino que debe encontrar eco en la sociedad. En el siguiente apartado se hablará sobre la necesidad de transformar la relación entre los medios y el público con el fin de mejorar los contenidos.

3.3 Nueva relación entre ciudadanos y medios de comunicación

El propósito del periodismo es generar una opinión razonada con base en información contrastada y ser un foro público para la libre expresión de las ideas. Como responsables de ejecutar las tareas que le son propias, de cobertura, investigación, procesamiento, difusión, etc., el periodista es el profesional a cargo de dichas tareas y, por tanto, tiene la obligación moral de prepararse para ejercerlas de la mejor forma posible.

Su preparación no sólo se limita a los conocimientos técnicos, a saber los géneros periodísticos, herramientas de investigación, el uso de aparatos tecnológicos o software de edición, sino que para que sea considerado como profesional se hace necesaria también su actualización constante en el aspecto ético, pues como se ha visto, éste le dotará de sentido y legitimidad a su trabajo.

La legitimidad vendrá acompañada por la credibilidad que le otorguen las audiencias a raíz de sus prácticas y, por tanto, los aspectos que se acaban de enunciar, deben provocar un círculo virtuoso en el que los ciudadanos exijan, los medios se comprometan con ciertos principios editoriales y los periodistas nutran con su experiencia técnica y ética el trabajo diario de la prensa y los desafíos que enfrenta.

A partir de este conocimiento y de la especial sensibilidad que les supone, los profesionales deben asumir la responsabilidad principal en la defensa de los valores de la comunicación social. Frente a las exigencias económicas (del empresario y de otros profesionales que concurren a la actividad de los medios) y además de las cuestiones tecnológicas (que también deben conocer), el profesional es quien está llamado a incorporar, a través de su labor cualificada, los aspectos normativos a la comunicación social. Los aspectos éticos de la comunicación deben entrar en el proceso productivo de los medios gracias a los periodistas, mediante su cualificación y preparación teórica y su compromiso y exigencia prácticas. [...] Y es obvio que para que los profesionales puedan introducir en su actividad dichas pautas morales deben conocerlas y estar sensibilizados hacia ellas. (Aznar, 2004).

Pero no es posible permanecer como un receptor inmóvil: si los periodistas tienen la exigencia de cumplir con los principios de su profesión, los ciudadanos tienen la obligación de participar activamente en el proceso de tratamiento y difusión de los medios. Los desarrollos tecnológicos favorecen una interacción mayor entre medios y audiencias. Al grado de que, como se dijo antes, el papel de la prensa está volviendo, cada vez más, al diálogo, como en sus inicios en los *public houses* ingleses.

El entorno de la comunicación podría mejorar desde el punto de vista moral y profesional si existiera una cultura pública de exigencia habitual de dichos principios (y de la obligación subsiguiente de atenerse a ellos). Pero el fin de las leyes no debe ser nunca promover ideales o realizar utopías; de eso ha de hacerse cargo la sociedad civil a través de la decisión libre y voluntaria de sus miembros. (Aznar, 1996, p. 125).

Ahora bien, para que esto sea posible, las empresas periodísticas deben propiciar un ambiente de libertad que estimule la participación de los periodistas y el público. Si el periodismo es un diálogo entre ciudadanos, parece justo que ese diálogo comience en la redacción. (Kovach & Rosenstiel, 2012, p. 256).

En esta nueva relación de participación, el ciudadano tendrá más elementos para juzgar la labor del periodista al conocer, de antemano, los motivos de éste, quien, como ya se dijo, debe encaminar todos sus esfuerzos para cumplir con su tarea; uno de esos esfuerzos es la transparencia y la objetividad en su método de trabajo.

En este sentido, los ciudadanos tienen su cuota de responsabilidad. Deben dejar a un lado sus prejuicios y juzgar el trabajo del periodista sobre la base de si contribuye o no a su propia capacidad para tomar parte como agentes bien informados en la configuración de la sociedad. (p. 264)

Esta nueva forma de intermediación debe buscar no sólo informar al ciudadano sino, además, invitarlo a contrastar los propios datos proporcionados con los de otros medios o fuentes. Con ello, los ciudadanos contarán con más herramientas para decidir qué tipo de periodismo desean leer y, por ende, impulsar.

Porque, como advertía Lippmann (2011), una sociedad que basa sus decisiones diarias en la información que consume de medios sesgados, cometerá “locuras inconcebibles”. Por esta razón, consideraba, es que el cuidado de las fuentes es uno de los problemas fundamentales de la democracia.

Esta nueva relación demanda, pues, un papel activo de la ciudadanía que exija el cumplimiento de las funciones que se han mencionado a lo largo de este estudio, pues ello representa hoy la oportunidad –tal vez la única- de evitar que el periodismo responda únicamente a intereses comerciales. Las personas deberán ejercitar ciertas virtudes cívicas como la participación, para constituirse en una verdadera sociedad de ciudadanos y no de siervos, pues al ser protagonistas de la vida pública, deben serlo -cada vez más- en una sociedad en la que los medios de comunicación llevan la batuta (Cortina, 2004).

La misión de la noticia es en realidad crear una ciudadanía activa en el seno de la comunidad, y por eso los códigos predominantes en las narraciones han de ser la justicia social, el vínculo común y la política participativa. (p. 14).

Esta sociedad, continúa Cortina, en la que se desarrolla la actividad mediática, ha alcanzado un nivel de conciencia moral determinado, a cuya altura debe estar cualquier actividad que se realice al interior de ella para ser considerada como legítima. Por tanto, resulta imprescindible la participación de los ciudadanos para conocer la propia sociedad que integran y así intentar alcanzar las exigencias morales que ella misma les plantea.

Esta participación busca redundar en la construcción de sujetos éticos: “una sociedad mediática no será una sociedad de ciudadanos libres si no se pone todo su empeño en ayudar a construir *sujetos éticos*, en ayudar a construir *consumidores éticos*”. (p. 28). Tales sujetos éticos implican el cultivo del carácter (ethos); el cual, combinado con el de las actividades profesionales y organizaciones u organizaciones son indispensables para el funcionamiento de la sociedad; la participación propiciará la creación de audiencias, no de masa.

Y justamente cuando es imperiosa la necesidad de construir sujetos éticos en la escuela y en la vecindad, en el grupo de amigos y en las asociaciones, la educación alcanza sus más bajas cotas de calidad y los poderes públicos se dejan convencer por la jerga de los medios técnicos, por la propaganda de la exterioridad, que deja al sujeto inerte ante ella, con un profundo vacío interior. Desde ese vacío no hay hombre (mujer/varón) ni tampoco ciudadano (varón/mujer). Desde ese vacío no hay protagonistas, sino vasallos de cualquier señor que tenga la oportunidad de ejercer su poder, en este caso, a través de los medios de comunicación. (p. 29).

Como bien reconoce Cortina, es sumamente complicado cumplir con este papel por más que se desee, pues los medios intentan controlar una serie de aspectos de nuestra vida al grado de la homologación pero es claro que un buen comienzo es hacer patente nuestra búsqueda de medios alternativos para intentar derriba los monopolios en materia de telecomunicaciones.

Capítulo IV

PARÁMETROS ÉTICOS DEL PERIODISMO QUERETANO

Este capítulo presenta los resultados de la intervención que se realizó a través de la consultoría queretana *Ayo! Comunicación* en colaboración con la Facultad de Filosofía y la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, a través de la Licenciatura en Comunicación y Periodismo de la Universidad Autónoma de Querétaro.

En concreto, las actividades que se llevaron a cabo con los periodistas del estado de Querétaro y con los estudiantes de la Licenciatura en Comunicación y Periodismo, como la aplicación de cuestionarios y las sesiones de discusión en torno a la ética periodística. El periodo de realización es de agosto a noviembre de 2015.

En una primera etapa se elaboró un cuestionario cuyo objetivo fue recoger las percepciones de los periodistas en torno a la ética, la implicación con los preceptos del código de ética de sus respectivos medios, así como sus propuestas para mejorar el trabajo de la prensa en medio de la crisis de credibilidad en la que está inmersa y las deplorables condiciones de trabajo para los profesionales del periodismo.

Por otro lado, se aplicó un cuestionario para conocer las ideas sobre el mismo tema de los periodistas en formación, con el propósito de presentar, al final, un comparativo de lo que piensan los futuros profesionales del periodismo en estado y quienes ya ejercen el trabajo informativo en la entidad.

Con esto, se pretende mostrar un panorama sobre las consideraciones sobre ética de quienes todos los días informan a la sociedad de lo que acontece, con el fin de que –en un corto plazo- pueda servir a los expertos en filosofía práctica para intervenir y realizar proyectos de mayor calado, que permitan reforzar en este caso, el aspecto ético de la profesión periodística.

4.1 Ayo! Comunicación

A finales de 2012 se constituyó la empresa Ayo! Comunicación S. de R.L. de C.V. con el objetivo de atender las necesidades de comunicación de los diversos sectores de la sociedad: empresariales, gubernamentales, asociaciones de la sociedad civil, etcétera; así, sus servicios se dividen en:

- Comunicación organizacional: diagnóstico de comunicación interna, implementación de sistemas internos de comunicación, diagnóstico de clima organizacional.
- Comunicación social: manejo de medios de comunicación, cobertura de eventos corporativos, elaboración de discursos, manejo de redes sociales.
- Comunicación visual: diseño y manejo de imagen corporativa, elaboración de manuales de identidad, diseño editorial, publicaciones impresas y electrónicas, artículos promocionales.
- Periodismo.
- Capacitación y actualización.

Es en este último apartado en el que se buscó el respaldo para implementar el proyecto “Parámetros éticos de los periodistas en Querétaro”, pues la capacitación y actualización del profesional de la comunicación es uno de los puntos medulares de Ayo! Comunicación, según consta en su misión, visión y valores. En este sentido, desde sus inicios, la consultoría ha desarrollado diversas actividades en el ámbito académico en colaboración con instituciones como la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, entre las que destacan la presentación de libros, conferencias, foros, así como la impartición de talleres enfocados a la educación continua de los comunicólogos y periodistas de la entidad.

La consultoría está integrada por egresados de la propia Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Autónoma de Querétaro, expertos en cada una

de las áreas en las que ofrecen sus servicios, constituyéndose como un proyecto emprendedor idóneo para la implementación del proyecto de aplicación que se desarrolló a partir de los contenidos de la Maestría en Filosofía Contemporánea Aplicada.

4.2 Licenciatura en Comunicación y Periodismo, Universidad Autónoma de Querétaro

En 1986, la Universidad Autónoma de Querétaro creó la carrera técnica en Periodismo que en esos años pertenecía a la Secretaría Académica y en 1996 se incorporó a la entonces Facultad de Sociología (hoy Facultad de Ciencias Políticas y Sociales). En 1997, la carrera técnica se transformó en la Licenciatura en Periodismo y Comunicación, y en 2004 fue reestructurada a Licenciatura en Comunicación y Periodismo

Actualmente, el plan curricular de la licenciatura incluye en el quinto semestre la asignatura denominada Deontología y Legislación, cuyos contenidos se centran en la revisión de las leyes en materia de telecomunicaciones, así como temas relativos a la libertad de expresión, el derecho a la comunicación y a la información, códigos de ética y casos prácticos.

Gracias al apoyo de la coordinación de la licenciatura en Comunicación y Periodismo se pudo llevar a cabo sesiones de trabajo con los alumnos del quinto semestre que cursaron durante el periodo agosto-diciembre de 2015 dicha asignatura.

Al tiempo que se aplicó un cuestionario a los alumnos, se desarrollaron dos sesiones de trabajo tanto con el turno matutino como con el vespertino en las que se impartieron los contenidos de este trabajo de tesis, haciendo hincapié en:

- Los bienes internos y externos de la actividad mediática
- La información como mercancía
- El poder como principal corruptor
- Casos prácticos

El diálogo con los estudiantes buscó contribuir con el propósito enunciado de la licenciatura, a saber, “dotar al sujeto de un alto nivel de interpretación, para explicar y entender las realidades inmediatas a su contexto. Conseguir una capacidad de análisis y crítica con el fin de razonar los procesos sociales que envuelven determinados sectores. Esto para transmitirlo de manera veraz y objetiva, creando canales de comunicación sólidos y efectivos”¹⁷; así como con el de la asignatura de Deontología y Legislación, al introducir conceptos desde el ámbito de la filosofía.

4.3 Instrumentos

Luego del proceso electoral de 2015, en Querétaro se contabilizan alrededor de 168 medios, entre prensa escrita, radio, televisión, semanarios, internet, así como agencias de noticias y fotográficas¹⁸. Para conocer las percepciones sobre ética y algunos de los parámetros con los que los periodistas de dichos medios guían su trabajo diario, se aplicó un cuestionario. El cuestionario es uno de los instrumentos más utilizados y consiste en un conjunto de preguntas al respecto de una o más variables a medir. Las preguntas del cuestionario pueden ser abiertas o cerradas; el tamaño depende del número de variables y dimensiones a medir, del interés de los participantes y la manera en que se administre (Hernández, Fernández-Collado, & Pilar Baptista, 2008).

¹⁷ Información consultada a través del portal de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales http://fcps.uaq.mx/licenciaturas/comunicacion_periodismo/, fecha de consulta: 28 de noviembre de 2015.

¹⁸ Información proporcionada en septiembre de 2015 por el área de Comunicación Social del Poder Ejecutivo del estado de Querétaro, administración 2015-2021.

Es importante hacer notar que se dio la opción del manejo anónimo de la información con el fin de propiciar respuestas más libres al garantizar el uso seguro de sus datos. El modelo del cuestionario se muestra a continuación:



Universidad Autónoma de Querétaro
Maestría en Filosofía Contemporánea Aplicada
Línea: Filosofía Social



Nota: La información recabada en este cuestionario es con fines puramente académicos y será manejada con absoluta discreción; por ello, queda a consideración del encuestado revelar su nombre y el medio para el que trabaja.

Puesto (Reportero, fotógrafo, editor, jefe de información, etc.): _____

Medio (Prensa escrita, radio, televisión, internet, agencia, etc.): _____

Nombre (opcional): _____

Medio para el que labora (opcional): _____

1. ¿Para qué sirve el periodismo?
2. Como periodista, ¿para quién trabajas?
3. Considerando las diversas formas de comunicación ¿cuál consideras que es el rasgo distintivo del periodismo?
4. ¿El periodismo *necesita* de códigos de ética? ¿Por qué?
5. ¿El medio para el que trabajas posee un código de ética?
 - 5a. ¿Conoces dicho código?
 - 5b. ¿Qué aspectos resaltarías del código de tu medio?
6. ¿Qué es la ética?
7. ¿Qué propondrías para mejorar el trabajo de la prensa?

En el caso del cuestionario que se aplicó a los estudiantes del quinto semestre de la carrera en Comunicación y Periodismo de la UAQ, se suprimieron las dos

preguntas relativas al código de ética del medio. Las preguntas que respondieron los alumnos de ambos turnos se muestran a continuación:



Universidad Autónoma de Querétaro
Maestría en Filosofía Contemporánea Aplicada
Línea: Filosofía Social



Nota: La información recabada en este cuestionario es con fines puramente académicos y será manejada con absoluta discreción; por ello, queda a consideración del encuestado revelar su nombre.

Semestre: _____

Nombre (opcional): _____

1. ¿Para qué sirve el periodismo?
2. ¿Para quién trabaja el periodista?
3. Considerando las diversas formas de comunicación ¿cuál consideras que es el rasgo distintivo del periodismo?
4. ¿El periodismo *necesita* de códigos de ética? ¿Por qué?
5. ¿Qué es la ética?
6. ¿Qué propondrías para mejorar el trabajo de la prensa?

4.4 Resultados

En este marco, se aplicaron 70 cuestionarios: 42 a periodistas de la entidad y los 28 restantes a los alumnos de la UAQ que cursaron la materia de Deontología y Legislación en los turnos matutino y vespertino. Entre los periodistas encontramos a reporteros, jefes de información, fotógrafos, editores, corresponsales, camarógrafos y conductores. Las respuestas se presentan a continuación, y se señalan algunos de

los testimonios más significativos, sin embargo, el total de las respuestas se puede consultar en los anexos.

4.4.1 Sobre la función del periodismo

En lo que toca a los periodistas, más del 80 por ciento coincidió en que la función del periodismo es informar sobre los hechos de interés, así como ser el vínculo entre la sociedad y el gobierno.

Además de esto, hubo quienes señalaron otros aspectos. Arlene Patiño, reportera de El Economista, indicó que el periodismo sirve para conocer las necesidades de la población; Viviana Estrella, del mismo medio de comunicación, expresó que el periodismo es un canal para colocar en la agenda pública temas de relevancia social; en tanto que, Rafael Camacho y Ángel Zohar Ramírez -Megacanal y Uno Noticias, respectivamente- destacaron la importancia de la investigación en el trabajo de los periodistas. Para la reportera de Radar, Jovana Espinosa, el periodismo debe “ayudar a mejorar el entorno social, buscando informar, educar y denunciar”, mientras que para Maritza Navarro, periodista de El Universal Querétaro, “es una extensión de los ciudadanos, permite el equilibrio entre los grupos de poder y las desigualdades; vigilante de que las leyes se cumplan pero también una herramienta para mostrar realidades, historias que ayuden a reflexionar sobre la vida diaria”.

Algunos más señalaron que el periodismo es la voz de los ciudadanos y sirve para denunciar: “da a conocer el lado B de las cosas”, manifestó Lenin Robledo de El Universal Querétaro. Para un fotógrafo de prensa escrita, la función del periodismo es documentar y trascender en la historia. Alejandro Nieto, reportero del portal de internet Códice Informativo, apuntó que además de informar y ser el vínculo entre ciudadanos y gobierno, el periodismo también cumple la labor de entretener.

Es importante hacer notar que algunos reporteros pusieron de manifiesto la contradicción que se vive entre el discurso del deber de los medios de comunicación y lo que en la práctica diaria sucede. “En teoría”, fue la frase con la que iniciaron sus respuestas: “En teoría para ayudar e informar a la sociedad, sin embargo se ha convertido en un micrófono del poder o de las empresas”, reconoció un reportero de prensa escrita. “Depende de qué óptica se quiera ver: para beneficiar a las élites, para desnudar y evidenciar los excesos de la clase política (con investigación) o para que las audiencias conozcan lo más relevante en su contexto (interés público)”, afirmó el jefe de información de un semanario queretano.

De manera explícita, sólo dos periodistas hicieron mención al papel del periodismo como generador de opinión y conciencia, aspectos que se enunciaron en el bien interno del periodismo en el segundo capítulo del presente trabajo: de acuerdo con Mariana Chávez Castañeda, jefa de información de Tribuna de Querétaro y corresponsal de La Jornada, el papel del periodismo es “brindar información que sea de utilidad para quien la recibe y que le permita generar una opinión y hacer conciencia sobre los diferentes ámbitos de la vida que le permita tomar decisiones”; Tina Hernández, del periódico Noticias, resumió que el objetivo del periodismo es que “la ciudadanía cree conciencia”.

Ulises Villar, periodista de Integra Radio y de la agencia Quadratín, reconoció que hoy el periodista se concentra en “mandar la voluntad de los ciudadanos” y como ejemplo, citó la situación que se generó con el Huracán Patricia en México, entre el 22 y el 24 de octubre de 2015¹⁹. Ricardo Morales, quien cubre para Magazine y Ciudad y Poder, manifestó que cada medio tiene su línea editorial, la cual debe ser

¹⁹ Luego de la contingencia, se publicaron diversos artículos que cuestionaban el manejo mediático del fenómeno climático; al respecto puede leerse más en los siguientes enlaces:

<http://www.revistaanfibia.com/cronica/patricia-el-objeto-espantable/>;

<http://www.letraroja.com.mx/patricia-el-exceso-informativo/>, <http://www.proceso.com.mx/419020/el-huracan-mediatico-de-pena-nieto>;

<http://www.etcetera.com.mx/articulo/Patricia+y+el+periodismo+insidioso+de+Proceso/40436>. Fecha de consulta: enero de 2016.

del conocimiento de la personas para que decidan a través de qué medio se informarán.

Con respecto a las respuestas de los estudiantes, el 60 por ciento señaló que informar de los acontecimientos de interés es la función principal del periodismo. El resto de los universitarios acotó aspectos fundamentales para el logro de los objetivos del bien interno que se enunció en el segundo capítulo, tales como: conocer la verdad, revelar información oculta, dar cuenta del manejo de los recursos públicos, defender la democracia, promover el bienestar social y entretener. Generar cambios, destacó un alumno de sexto semestre; la información que el periodismo provee a los ciudadanos servirá para que éstos tomen decisiones, apuntaron dos alumnos de quinto semestre; el estudiante José Luis González Díaz puso de relieve el carácter de dicha información, cuya condición para ser difundida, dijo, es que los argumentos y los datos estén fundamentados y sean comprobables.

4.4.2 La *lealtad* el periodista

“Quisiera trabajar para la sociedad pero trabajo para las redes del poder”; “trabajo para empresarios cuyos ingresos, en su mayor parte, surgen del presupuesto público”; “para el gobierno en turno (a veces hago lo que quiero y a quien se ponga en frente le ‘pego’)”; “para los intereses de los propietarios de los medios de comunicación”; son las sentidas respuestas de los encuestados al preguntarles, como periodistas, para quién trabajan, puesto se ha abordado en este estudio, que la labor del periodista debe responder a los intereses del ciudadano.

Las encuestas arrojaron que el 23 por ciento de los participantes aseguraron que su trabajo responde únicamente a los intereses de su medio de comunicación; en tanto que el 21 por ciento aseveró que como periodistas trabajan para la sociedad. El 47 por ciento de los profesionales reconocieron la contradicción entre la aspiración del periodismo –trabajar para el ciudadano- y lo que en su práctica diaria sucede –

responder a las líneas editoriales del medio, que en la mayoría de los casos está a disposición de grupos de poder, políticos o empresariales.

“Como empleado debo estar a las órdenes de un jefe y su editorial, de manera personal me gusta indagar sobre intereses personales y sociales”, declaró Maritza Navarro de El Universal Querétaro; por su parte, Paulina Rico, reportera de Diario de Querétaro, indicó que “como periodista trabajo para la ciudadanía, quienes me leen o escuchan; pero en un sentido laboral para una empresa editorial”; “en el ideal para los ciudadanos pero en la práctica es para las empresas o instituciones que emiten un pago por desarrollar dicha actividad”, reconoció la corresponsal de La Jornada y docente universitaria, Mariana Chávez. Hay quienes, conscientes de la problemática que representa esta dualidad, admiten que en caso de que sus empresas periodísticas les pidan realizar algo que consideran contrario a los principios del periodismo “dejaría de hacerlo. Uno como periodista debe trabajar por y para la sociedad, con el ‘poder la pluma’ hacer una mejor sociedad”.

Los estudiantes de periodismo, por otro lado, dividieron sus respuestas cómo sigue: el 64 por ciento afirmaron que el periodista debe trabajar para la sociedad: “independientemente del medio en el que labore, el periodista debe cumplir con su labor social, por lo tanto se trabaja para la sociedad”, dijo Sergio Juárez López, estudiante de quinto semestre; “el periodista trabaja para el pueblo, para la sociedad a la que debe de informar”, comentó Jesús R.; Juan Velázquez Torres del mismo grado, dijo que el periodista trabaja “para el bien común, para la democracia”.

El 36 por ciento restante hizo alusión a lo que los reporteros también asumieron: la diferencia entre el ideal y la realidad de la práctica periodística: “en teoría debería trabajar para sí mismo, pero en el campo laboral trabaja para un medio con una línea editorial impuesta por los anunciantes y/o el gobierno”, expresó José Luis Montes Álvarez; “en el ideal debería trabajar para la sociedad, sin embargo, a final de cuentas un medio es un negocio con intereses propios, por lo tanto hay veces que el periodista debe trabajar para estas dos partes: la sociedad y la empresa”.

Así, se puede ver que no sólo quienes ya ejercen el periodismo sino los están en formación, son conscientes de los dilemas que, de inicio, supone la práctica periodística a través de algún medio de comunicación. Pero, también tienen claro a quién debería responder su trabajo: los ciudadanos.

4.4.3 El rasgo distintivo del periodismo

Considerando que existen otras formas de comunicación como la mercadotecnia o la publicidad, que se han inmiscuido cada vez más en el trabajo propio de un periodista o de un medio informativo, se cuestionó a los participantes en la encuesta acerca de si hay un rasgo que podría distinguir al periodismo, que pudiera servir como principio, como característica no negociable de esta actividad.

El 43 por ciento de los periodistas coincidieron en que la investigación, la tendencia a la verdad, la precisión, ofrecer información verificable, es el principal rasgo de su actividad. El periodismo ofrece información de primera mano y a su vez “critica, cuestiona, argumenta, indaga”, expresó Ángel Zohar Ramírez, quien labora para una agencia queretana de noticias; Alejandro Sánchez de Megacanal, aseveró que la característica fundamental del periodismo es que “informa bajo los términos éticos buscando siempre la verdad”.

Hubo quienes consideraron que, gracias a su capacidad de llegar a públicos diversos, el rasgo del periodismo es cumplir con una función “humanizadora” al “dar voz” a sectores que se encuentran alejados de los reflectores y de la agenda pública; “el periodismo debe ser como un médico altruista: curar (informar) sin distinción y sin esperar nada a cambio”, manifestó un fotógrafo de prensa escrita. Sin embargo, otros profesionales reconocieron otros rasgos como los principales del ejercicio periodístico, como el sensacionalismo o amarillismo y las relaciones de poder.

En este cuestionamiento, el 71 por ciento de los estudiantes coincidió en que la investigación y la veracidad de la información es la característica que distingue al periodismo: “El análisis y la investigación son las rasgos más distintivos”, dijo un alumno de quinto semestre; “la investigación, ya que el buen periodismo es aquel que descubre cosas importantes para lograr una repercusión en la sociedad”, expresó el universitario José Luis González Díaz.

4.4.4 Las nociones sobre ética de los periodistas queretanos

Los procesos electorales siempre se tornan en etapas efervescentes para los medios de comunicación, pues no sólo toman partido por uno u otro candidato de acuerdo con sus intereses comerciales y políticos, sino que también para la plantilla de un medio es importante: al concluir la contienda electoral, es común ver una rotación de reporteros en medios y oficinas de comunicación social de los nuevos políticos electos.

La elección estatal de 2015 dio muchos ejemplos en este sentido, así como de la consiguiente manifestación del descontento de muchos de los reporteros por el actuar de los medios de comunicación en esta contienda. Así, se suscitaron debates acalorados en espacios como las redes sociales: el manejo desequilibrado de la información, las portadas pagadas por ciertos candidatos, el ataque, la difusión de rumores, la censura. La palabra ética surgía una y otra vez, indiscriminadamente. Por eso, en el cuestionario que se aplicó se preguntó por aquello que reporteros y estudiantes denominan como ética. Así, en la respuesta más frecuente se observó que para los periodistas la ética es un conjunto de normas o valores que rigen el comportamiento humano. Sin embargo, en sus definiciones también hicieron alusión a aspectos como la responsabilidad, equidad, justicia, verdad, dignidad, integridad, independencia, honestidad, cordura.

“Es el deber ser, el ser equitativo y justo”, expresó Alejandro Nieto del portal Códice Informativo; “la ética surge de cada persona. Es una cuestión relativa que puede cambiar según la personalidad del periodista. Desde mi punto de vista equivale a ser leal con mi personalidad y forma de pensar. Escribir sin autocensura.”, apuntó Ricardo Morales, quien trabaja para Magazine y Ciudad y Poder. “Un código que rige el comportamiento humano y profesional para no transgredir la dignidad propia y de terceros”, refirió Maritza Navarro, de El Universal Querétaro; para Jovana Espinosa, la ética es “actuar con congruencia, empatía y objetivos claros respetando la integridad de las y los otros buscando aportar de manera positiva a construir una mejor sociedad”; “la ética en el periodismo es la integridad [...] es no mentir o tergiversar la información, no extorsionar ni recibir dádivas a cambio de información”, dijo Ángel Zohar Ramírez; El jefe de información de Radio UAQ, Alfredo Rodríguez, afirmó que la ética son “una serie de principios morales establecidos con bases filosóficas y científicas”.

En cuanto a los estudiantes de la licenciatura en Comunicación y Periodismo de la UAQ, que cursaron la asignatura de Deontología y Legislación, las respuestas no variaron mucho respecto de lo que expresaron los reporteros. Conjunto o código de normas morales para regir el comportamiento de una persona. Veamos algunos testimonios de los universitarios.

“Esos principios filosóficos que cada persona tiene –desde distintas perspectivas- y que atienden o respaldan las labores diarias”, aseveró Sergio López Juárez de quinto semestre; una alumna del mismo semestre dijo que “es una forma de catalogar de manera moral las diversas acciones que realizamos”; para el estudiante José Luis González Díaz, la ética es “el conjunto de leyes de la sociedad reflejadas en la moral y estilo de vida de cada persona, la forma en la que actuamos y nos expresamos, reflejando nuestra forma de ver las cosas”; Angélica Ruiz, de quinto semestre, manifestó que “la ética se refiere a aquellas normas morales que rigen nuestros comportamientos, depende de nuestra cultura, ideología, etc., al homogeneizar ciertos criterios, se puede mejorar el actuar de un gremio”; “la ética es

la rama de la filosofía que nos dice cómo debemos conducirnos para vivir en armonía y respetando los derechos de otros”, indicó el estudiante Axel Rosas Villaseñor; “el periodismo requiere de la ética para tener firmes nuestras convicciones”, afirmó Cirenia Hernández, alumna de quinto semestre.

Es posible que a los reporteros y a los estudiantes de periodismo les haya faltado precisión en el momento de tratar de definir la ética, pero es fácil observar que al mencionar conceptos como los referidos en párrafos anteriores tienen presente la responsabilidad que conlleva las prácticas diarias en su labor periodística. Justamente, por esa falta de precisión o confusión con algunos de los términos es que se considera pertinente la capacitación. En Querétaro es prácticamente nula la actualización técnica para los periodistas y es inexistente en el aspecto ético. Por ello, se insiste en que este documento servirá como apoyo para dicha formación, la cual, hemos dicho, debe ser constante.

Se han señalado las respuestas más significativas de ambos cuestionarios, pero el total de las respuestas se pueden consultar en los anexos. Fuera de este registro, queda lo que los reporteros señalaron durante la aplicación, pues la mayoría es consciente de la situación contradictoria, casi siempre, en la que desarrollan su trabajo, pues, por un lado, saben a qué debe responder su trabajo pero, por otro, se encuentran con la disyuntiva al confrontarse con los intereses de sus jefes y sus empresas.

V CONCLUSIONES

El periodismo es una de las actividades cuya exigencia de cumplir sus principios y la responsabilidad en las prácticas diarias de quienes lo llevan a cabo, es mayor. Su correcto ejercicio puede colocar al periodista en tensiones respecto de las complejas relaciones económicas y de poder que lo circundan.

El efecto de una nota, reportaje o columna puede ser irreversible. En este sentido, la esencia del periodismo se ha mantenido intacta; sin embargo, las condiciones sociales y tecnológicas actuales han significado un cambio en su ejercicio y en el énfasis de algunos aspectos, tales como la inmediatez: la “exclusiva” es uno de los puntos medulares del ejercicio del periodismo en la actualidad. La mayoría de los medios ha sido sensible a ellos y ha dirigido sus esfuerzos para mantenerse al día y conservar a sus lectores, aunque en ocasiones dichos esfuerzos sean cuestionables por no estar apegadas a las funciones tradicionales del periodismo.

Precisamente, este nuevo panorama de retos tecnológicos para los medios de comunicación ha suscitado el debate acerca de la necesidad de una nueva ética, para responder –según de argumenta- a las demandas e implicaciones de estas transformaciones²⁰.

Hablar de una nueva ética significa que la anterior, la que había, quedó obsoleta, dejó de cumplir su función, o, simplemente, que es necesario contar con otra alternativa. El debate, pues, ha comenzado a situarse en otro escenario posible cuando la discusión sobre la ética periodística no se había agotado.

²⁰ En 2015 se discutió ampliamente este asunto durante el XV Congreso Latinoamericano de Facultades y Escuelas de Comunicación (FELAFACS) 2015 en el que se llevó a cabo la mesa de trabajo “Nuevos medios y nueva ética”. Las memorias de dicho congreso se pueden consultar a través de la siguiente liga: http://www.felafacs2015.com/wp-content/uploads/2015/10/Memorias-felafacs_EJE-TEM%C3%81TICO-3.pdf, fecha de consulta: enero de 2016.

El presente estudio buscó contribuir con la reflexión en torno a la ética periodística brindando referentes teóricos, así como el testimonio de los primeros mediadores de la noticia, es decir, los reporteros; todo esto, con la hipótesis de la urgencia de reflexionar sobre la responsabilidad social del periodismo, debido a las deficiencias o confusiones sobre estos términos por parte de los profesionales del periodismo.

El cuestionario que se aplicó permitió conocer las nociones sobre ética de periodistas y estudiantes de periodismo en el estado de Querétaro, con lo que se buscó hacer una comparación entre las visiones del profesional del periodismo en distintas etapas de su desarrollo: reporteros, fotógrafos, camarógrafos y estudiantes ofrecieron un testimonio invaluable.

Así, se pudo observar que aunque los periodistas tienen una noción sobre lo que implica su trabajo diario, pero al momento de intentar definir su labor y la responsabilidad social imputable a ella, hubo confusiones en el uso de términos; en algunos, incluso, una cierta limitación a la función del periodista. En el caso de los reporteros, la mayor parte de las respuestas hacían alusión al papel exclusivamente informativo de la prensa.

Por otro lado, los estudiantes mostraron un poco más de formalidad en sus definiciones aunque manifestaron su decepción por lo que ellos mismos señalaron como la realidad del periodismo, en la cual la ética –junto con los códigos deontológicos- queda reducida a un papel meramente ornamental. Esta decepción, se hace patente en el actuar

Sin embargo, también se pudieron constatar experiencias alentadoras para el futuro del periodismo en Querétaro, como el caso de un medio por internet creado

por los alumnos de la carrera de Comunicación y Periodismo de la UAQ²¹ que en 2015 obtuvo reconocimiento internacional.

En este estudio se dio cuenta de las condiciones tan complejas en las que el periodista desarrolla su labor y reconoce los obstáculos que existen para cumplir con los fines que le son propios. Por lo que, además de presentar –como se dijo– información a periodistas y audiencias con el fin de que ambos contribuyan desde su respectivo papel, se presentó de la propia voz de los profesionales de esta actividad su sentir acerca de la función del periodista,

Resta, pues, como acción urgente la implementación de programas que impulsen el espíritu emprendedor en los estudiantes de periodismo, porque sólo la creación de nuevos medios posibilitará derribar a aquellos que desde su posición de poder crean discursos que ellos mismos legitiman a través de dichos emporios mediáticos. Es claro que los nuevos medios deberán tener muy presentes elementos como los que se han expuesto en este trabajo: la verdad, el foro público; sin perder de cuenta la fama, el dinero y el poder.

²¹ “Proyecto submarino. Vehículo de contenidos” es el medio creado por dos estudiantes de la UAQ que en 2015 obtuvo el premio ETECOM. Al respecto puede leerse más en: <http://goo.gl/4ytzj0>
Fecha de consulta: enero de 2016.

VI ANEXOS

a) Código Internacional de Ética Periodística UNESCO

Conclusiones del Fourth Consultative Meeting of International and Regional Organizations of Journalists, realizado en París el 20 de noviembre de 1983. Participaron: International Organization of Journalists (IOJ), International Federation of Journalists (IFJ), International Catholic Union of the Press (UCIP), Latin-American Federation of Journalists (FELAP), Latin-American Federation of Press Workers (FELATRAP), Union of African Journalists (UJA), Confederation of ASEAN Journalists (CAJ).

LA UNESCO ES EL ÚNICO ORGANISMO DE LAS NACIONES UNIDAS QUE TIENE EL MANDATO DE DEFENDER LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN Y LA LIBERTAD DE PRENSA.

1) El derecho del pueblo a una información verídica:

El pueblo y las personas tienen el derecho a recibir una imagen objetiva de la realidad por medio de una información precisa y completa, y de expresarse libremente a través de los diversos medios de difusión de la cultura y la comunicación.

2) Adhesión del periodista a la realidad objetiva:

La tarea primordial del periodista es la de servir el derecho a una información verídica y auténtica por la adhesión honesta a la realidad objetiva, situando conscientemente los hechos en su contexto adecuado.

3.- La responsabilidad social del periodista:

En el periodismo, la información se comprende como un bien social, y no como un simple producto. Esto significa que el periodista comparte la responsabilidad de la información transmitida. El periodista es, por tanto, responsable no sólo frente a los que dominan los medios de comunicación, sino, en último énfasis, frente al gran público, tomando en cuenta la diversidad de los intereses sociales.

4.- La integridad profesional del periodista:

El papel social del periodista exige el que la profesión mantenga un alto nivel de integridad. Esto incluye el derecho del periodista a abstenerse de trabajar en contra de sus convicciones o de revelar sus fuentes de información, y también el derecho de participar en la toma de decisiones en los medios de comunicación en que esté empleado.

5.- Acceso y participación del público:

El carácter de la profesión exige, por otra parte, que el periodista favorezca el acceso del público a la información y la participación del público en los medios, lo cual incluye la obligación de la corrección o la rectificación y el derecho de respuesta.

6.- Respeto de la vida privada y de la dignidad del hombre:

El respeto del derecho de las personas a la vida privada y a la dignidad humana, en conformidad con las disposiciones del derecho internacional y nacional que conciernen a la protección de los derechos y a la reputación del otro, así como las leyes sobre la difamación, la calumnia, la injuria y la insinuación maliciosa, hacen parte integrante de las normas profesionales del periodista.

7.- Respeto del interés público:

Por lo mismo, las normas profesionales del periodista prescriben el respeto total de la comunidad nacional, de sus instituciones democráticas y de la moral pública.

8.- Respeto de los valores universales y la diversidad de las culturas:

El verdadero periodista defiende los valores universales del humanismo, en particular la paz, la democracia, los derechos del hombre, el progreso social y la liberación nacional, y respetando el carácter distintivo, el valor y la dignidad de cada cultura, así como el derecho de cada pueblo a escoger libremente y desarrollar sus sistemas políticos, social, económico o cultural. El periodista participa también activamente en las transformaciones sociales orientadas hacia una mejora democrática de la sociedad y contribuye, por el diálogo, a establecer un clima de confianza en las relaciones internacionales, de forma que favorezca en todo la paz y a justicia, la distensión, el desarme y el desarrollo nacional.

9.- La eliminación de la guerra y otras grandes plagas a las que la humanidad está confrontada:

El compromiso ético por los valores universales del humanismo previene al periodista contra toda forma de apología o de incitación favorable a las guerras de agresión y la carrera armamentística, especialmente con armas nucleares, y a todas las otras formas de violencia, de odio o de discriminación, especialmente el racismo.

b) FELAP: Código latinoamericano de ética periodística

PREÁMBULO

La información concebida como bien social concierne a toda la sociedad a la que corresponde establecer normas morales que rijan la responsabilidad de los medios de comunicación colectiva.

La resolución 59 (1) de la Asamblea General de las Naciones Unidas adoptada en 1946 expresa: *La libertad de información requiere como elemento indispensable la voluntad y la capacidad de usar y no abusar de sus privilegios. Requiere, además, como disciplina básica, la obligación moral de investigar los hechos sin perjuicio y difundir los informes sin información maliciosa.*

Los esfuerzos por estatuir una normativa ética universal han avanzado en la Vigésima Conferencia General de la UNESCO al aprobar la declaración especial relativa a la responsabilidad de los medios de difusión masiva, cuyo artículo VIII manifiesta: *Las organizaciones profesionales, así como las personas que participan en la formación profesional de los periodistas y demás agentes de los grandes medios de comunicación que les ayudan a desempeñar sus tareas de manera responsable, deberían acordar particular importancia a los principios de la presente declaración en los Códigos deontológicos que establezcan y por cuya aplicación velan.*

El periodista, en condición de intermediario profesional, es factor importante del proceso informativo y su ética profesional estará orientada al desempeño correcto de su oficio, así como a contribuir a eliminar o reducir las actuales deformaciones de las funciones sociales informativas. Ello se hace imprescindible porque en la región los empresarios de la noticia usurpan nuestro nombre autodenominándose *periodistas* y aplican una pseudo ética regida por los preceptos del provecho comercial.

Las normas deontológicas estatuidas en este documento se basan en principios contenidos en códigos nacionales, en declaraciones y resoluciones de la ONU y sus organismos, como también en la Declaración de Principios de la Federación Latinoamericana de Periodistas (FELAP) y que proclama:

- *La libertad de prensa la concibe como el derecho de nuestros pueblos de ser oportuna y verazmente informados y a expresar sus opiniones sin otras restricciones que las impuestas por los mismos intereses de los pueblos.*
- *Declara que el periodista tiene responsabilidad política e ideológica derivada de la naturaleza de su profesión, que influye en la conciencia de las masas y que esa responsabilidad es insoslayable y constituye la esencia de su función social.*

La FELAP está consciente de las dificultades en la aplicación de una normativa deontológica en los marcos del sistema informativo vigente regido por la tenencia privada de los medios, y la conversión de la noticia en mercadería.

Considera la conciencia moral como una de las formas de conciencia social, producto histórico concreto, determinado por la estructura económica, por lo que es mutable y en cada caso prevalecen las normas de los sectores dominantes. Está convencida la FELAP de la existencia del progreso moral y de que con la sucesión de etapas

históricas, la humanidad ha logrado e impuesto puntos de vista éticos que expresan intereses comunes y son válidos para el género humano. Segura, asimismo, de que la libertad moral individual sólo es posible con la toma de conciencia sobre los intereses sociales, la FELAP opina que la ética profesional debe ser conquistada dentro de la batalla para alcanzar en nuestras naciones un periodismo auténticamente libre.

En la certidumbre de que una moral profesional coadyuve a ese objetivo, proclama el siguiente Código Latinoamericano de Ética Periodística:

CÓDIGO LATINOAMERICANO DE ÉTICA PERIODÍSTICA

Art. 1º. El periodismo debe ser un servicio de interés colectivo, con funciones eminentemente sociales dirigidas al desarrollo integral del individuo y de la comunidad. El periodista debe participar activamente en la transformación social orientada al perfeccionamiento democrático de la sociedad; debe consagrar su conciencia y su quehacer profesional a promover el respeto a las libertades y a los derechos humanos.

Art. 2º. Debe contribuir al fortalecimiento de la Paz, la coexistencia pacífica, la autodeterminación de los pueblos, el desarme, la distensión internacional, la comprensión mutua entre los pueblos del mundo: luchar por la igualdad de la persona humana sin distinción de raza, opinión, origen, lengua, religión y nacionalidad. Es un elevado deber del periodista latinoamericano contribuir a la independencia económica, política y cultural de nuestras naciones y pueblos, al establecimiento de un Nuevo Orden Económico Internacional y a la descolonización de la información.

Art. 3º. Son, además, deberes insoslayables del periodista:

- Impulsar, consolidar y defender la libertad de expresión y el derecho a la información, entendido éste como el derecho que tienen los pueblos a informar y a ser informados.
- Promover las condiciones para el establecimiento del flujo libre y equilibrado de las noticias en los niveles mundial, regional y nacional.
- Luchar por un nuevo orden informativo acorde con los intereses de los pueblos que sustituya al que actualmente impera en la mayoría de los países de Latinoamérica deformando su realidad.
- Pugnar por la democratización de la información a fin de que el periodista ejerza su misión de mediador profesional y agente de cambio social, y de que la colectividad tenga acceso a esa misma información.
- Rechazar la propaganda de inevitabilidad de la guerra, la amenaza o el uso de la fuerza en los conflictos internacionales.

Art. 4º. En la labor profesional el periodista deberá adoptar los principios de la veracidad y de la ecuanimidad y faltará a la ética cuando silencie, falsee o tergiversar los hechos; proporcionará al público información sobre el contexto de los sucesos y acerca de las opiniones que sobre ellos se emitan, a fin de que el receptor del mensaje noticioso pueda interpretar el origen y la perspectiva de los hechos. En la difusión de ideas y opiniones el periodista promoverá la creación de las condiciones para que ellas puedan expresarse democráticamente y no sean coartadas por intereses comerciales, publicitarios o de otra naturaleza.

Art. 5º. El periodista es responsable por sus informaciones y opiniones; aceptará la existencia de los derechos de réplica y respetará el secreto profesional relativo a sus fuentes.

Art. 6º. El periodista debe ejercer su labor en los marcos de la integridad y dignidad propias de la profesión; exigirá respeto a sus creencias, ideas y opiniones lo mismo que al material informativo que entrega a su fuente de trabajo; luchará por el acceso

a la toma de decisiones en los medios en que trabaje. En el aspecto legal procurará el establecimiento de estatutos jurídicos que consagren los derechos y deberes profesionales.

Art. 7º. Son acciones violatorias de la Ética Profesional:

- El plagio y el irrespeto a la propiedad intelectual.
- La aceptación de soborno, el cohecho y la extorsión
- La omisión de la información de interés colectivo.
- La difamación y la injuria.
- El sensacionalismo.

Se considera una violación en alto grado a la ética profesional la participación o complicidad de periodistas en la represión de la prensa y a los trabajadores de la información.

Art. 8º. El periodista debe fortalecer la organización y la unidad sindical o gremial ahí donde existan y contribuir a crearlas donde no las haya, y se vinculará al movimiento de la clase trabajadora de su país.

Art. 9º. El periodista debe procurar el mejor conocimiento y velar por la defensa de sus valores nacionales, especialmente de la lengua como expresión cultural y como factor general de las nuevas formas de cultura.

Art. 10º. Es un deber del periodista contribuir a la defensa de la naturaleza y denunciar los hechos que generen la contaminación y destrucción del ambiente.

Art. 11º. Este Código Latinoamericano de Ética Periodística entra en vigor en el momento de su aprobación por el II Congreso Latinoamericano de Periodistas.

(Aprobado en Caracas, en julio de 1979, por el II Congreso Latinoamericano de Periodistas).

c) Código de Ética de la Sociedad de Periodistas Profesionales

Preámbulo

Los miembros de la Sociedad de Periodistas Profesionales creen que la ilustración del público es precursora de la justicia y cimiento de la democracia. El deber del periodista es promover esos fines buscando la verdad y ofreciendo un recuento justo y completo de hechos y temas. Los periodistas concienzudos de todos los medios de información y especialidades se esfuerzan por servir al público cabalmente y con honestidad. La integridad profesional es la piedra angular de la credibilidad de un periodista.

Los miembros de la Sociedad comparten la dedicación a una conducta ética y adoptan este código para declarar los principios y normas de ejercicio de la Sociedad.

Busque la verdad y repórtela

Los periodistas deben ser honestos, justos y valerosos al buscar, reportar e interpretar la información.

Los periodistas deben:

- Comprobar la exactitud de la información de todas las fuentes y cuidarse del error. La distorsión deliberada es inadmisibles.
- Buscar activamente a los protagonistas de la noticia para darles la oportunidad de responder a alegaciones de conducta impropia.
- Identificar sus fuentes siempre que sea factible. El público tiene derecho a toda la información posible sobre la confiabilidad de las fuentes.
- Cuestionar siempre los motivos de sus fuentes antes de prometer anonimato. Aclarar las condiciones de cualquier promesa hecha a cambio de información. Cumplir sus promesas.
- Cerciorarse de que los titulares, avances noticiosos y material de promoción, fotos, vídeos, materiales de audio, gráficos, fragmentos sonoros y citas no tergiversen los hechos. No deben simplificar o acentuar en exceso los incidentes fuera de contexto.

- No distorsionar nunca el contenido de fotos o vídeos noticiosos. Realzar imágenes por motivos de claridad técnica es siempre permisible. Identificar los montajes y las ilustraciones fotográficas.
- Evitar las escenificaciones engañosas o las noticias escenificadas. Si una escenificación es necesaria para transmitir la noticia, identificarla como tal.
- Evitar los métodos encubiertos u otras formas subrepticias de buscar información, excepto cuando los métodos abiertos tradicionales no produzcan información vital para el público. El uso de dichos métodos debe explicarse en el artículo.
- No plagiar nunca.
- Relatar la diversidad y magnitud de la experiencia humana con valentía, aun cuando sea impopular hacerlo.
- Examinar sus propios valores culturales y evitar imponérselos a otros.
- Evitar los estereotipos de raza, sexo, edad, religión, grupo étnico, procedencia geográfica, orientación sexual, incapacidad, apariencia física o condición social.
- Apoyar un abierto intercambio de opiniones, incluso las que estimen repugnantes.
- Dar voz a los que no la tienen; las fuentes oficiales y extraoficiales de información pueden ser igualmente válidas.
- Distinguir entre abogar por una causa y reportar la noticia. Se debe identificar el análisis y el comentario y no tergiversar los hechos o su contexto.
- Distinguir entre noticia y publicidad y rechazar las formas híbridas que borran los límites entre las dos.
- Reconocer la obligación especial de asegurar que los asuntos públicos se conduzcan al descubierto y que los documentos gubernamentales estén sujetos a examen.

Minimice el perjuicio

Los periodistas con ética tratan a las fuentes, a los protagonistas de la noticia y a los colegas como seres humanos merecedores de respeto.

Los periodistas deben:

- Compadecerse de los que puedan ser afectados adversamente por la cobertura noticiosa. Mostrar una especial sensibilidad al tratar con niños y con fuentes o protagonistas de la noticia inexpertos.

- Mostrar sensibilidad al solicitar o utilizar entrevistas o fotos de personas afectadas por la tragedia o la desgracia.
- Reconocer que buscar o reportar información puede causar perjuicio o malestar. La búsqueda de la noticia no da permiso para la arrogancia.
- Reconocer que los particulares tienen mayor derecho a controlar la información sobre sí mismos que los funcionarios públicos y otras personas que buscan poder influencia o atención. Sólo una extraordinaria necesidad pública puede justificar la intromisión en la vida privada de alguien.
- Proceder con buen gusto. Evitar ceder a la curiosidad sensacionalista.
- Ser cautos en cuanto a identificar a sospechosos menores de edad o a víctimas de delitos sexuales.
- Ser juiciosos en cuanto a nombrar a los sospechosos de delitos antes de la formulación oficial de cargos.
- Contrapesar el derecho de un sospechoso de un delito a un juicio justo con el derecho del público a estar informado.

Actúe con independencia

Los periodistas no deben estar sujetos a más interés que el derecho del público a saber.

Los periodistas deben:

- Evitar conflictos de intereses, reales o aparentes.
- Estar libres de vínculos y actividades que puedan comprometer su integridad o perjudicar su credibilidad.
- Rechazar regalos, favores, pagos, viajes gratuitos y tratamiento especial, y evitar empleos secundarios, participación política, cargos públicos y el servicio en organizaciones comunitarias si comprometen la integridad periodística.
- Revelar los conflictos inevitables.
- Mostrarse alerta y valientes en cuanto a pedirles cuenta a los que ejercen el poder.
- Negarles trato de preferencia a anunciantes y personas con intereses particulares y rechazar sus presiones para influir en la cobertura noticiosa.
- Desconfiar de fuentes que ofrecen información a cambio de favores o dinero; evitar ofrecer pago por la noticia.

Sea responsable

Los periodistas son responsables ante sus lectores, oyentes, televidentes y colegas.

Los periodistas deben:

- Aclarar y explicar la cobertura noticiosa y promover el diálogo con el público acerca de la conducta periodística.
- Alentar al público a expresar sus quejas contra los medios informativos.
- Admitir los errores y corregirlos con prontitud.
- Poner al descubierto las faltas de ética en la conducta de periodistas y medios de información.
- Atenerse a las mismas normas elevadas que les exigen a otros.

El primer Código de Ética de Sigma Delta Chi fue tomado de la Sociedad Norteamericana de Editores de Periódicos en 1926. En 1973, Sigma Delta Chi redactó su propio código, que fue revisado en 1984 y 1987. La actual versión del Código de Ética de la Sociedad de Periodistas Profesionales fue adoptada en septiembre de 1996.

d) Declaración de principios de la Federación Internacional de Periodistas sobre la conducta de los periodistas

(Adoptada por el Congreso mundial de la FIP en 1954, enmendada por el Congreso mundial de 1986).

La Federación Internacional de Periodistas (FIP) mantiene desde 1954 una declaración internacional que puntualiza los deberes esenciales de los periodistas en la búsqueda, la transmisión, la difusión y el comentario de las noticias y de la información, así como en la descripción de los sucesos.

1. Respetar la verdad y el derecho que tiene el público a conocerla constituye el deber primordial del periodista.

2. De acuerdo con este deber, el periodista defenderá, en toda ocasión, el doble principio de la libertad de investigar y de publicar con honestidad la información, la libertad del comentario y de la crítica, así como el derecho a comentar equitativamente y a criticar con lealtad.
3. El periodista no informará sino sobre hechos de los cuales él/ella conoce el origen, no suprimirá informaciones esenciales y no falsificará documentos.
4. El periodista no recurrirá sino a medidas equitativas para conseguir informaciones, fotografías y documentos.
5. El periodista se esforzará -con todos los medios- por rectificar cualquier información publicada y revelada inexacta y perjudicial.
6. El periodista guardará el secreto profesional acerca de la fuente de las informaciones obtenidas confidencialmente.
7. El periodista se cuidará de los riesgos de una discriminación propagada por los medios de comunicación y hará lo posible para evitar que se facilite tal discriminación, fundamentada especialmente en la raza, el sexo, la moral sexual, la lengua, la religión, las opiniones políticas y demás, así como el origen nacional o social.
8. El periodista considerará como faltas profesionales graves: el plagio; la distorsión mal intencionada; la calumnia, la maledicencia, la difamación, las acusaciones sin fundamento; la aceptación de alguna gratificación a consecuencia de la publicación de una información o de su supresión.
9. Todo periodista digno de llamarse tal se impone el deber de cumplir estrictamente con los principios enunciados arriba. En el marco del derecho vigente en cada país, el periodista sólo aceptará, en materia profesional la jurisdicción de sus iguales, excluyendo cualquier injerencia gubernamental o de otro tipo.

e) Cuestionarios aplicados a estudiantes de la Licenciatura en Comunicación y Periodismo de la Universidad Autónoma de Querétaro, a través de la materia de Deontología y Legislación.



Universidad Autónoma de Querétaro
 Maestría en Filosofía Contemporánea Aplicada
 Línea: Filosofía Social



Nota: La información recabada en este cuestionario es con fines puramente académicos y será manejada con absoluta discreción; por ello, queda a consideración del encuestado revelar su nombre.

Semestre: 5

Nombre (opcional): Jose Luis Montes Alvarez

1. ¿Para qué sirve el periodismo?
2. ¿Para quién trabaja el periodista?
3. Considerando las diversas formas de comunicación ¿cuál consideras que es el rasgo distintivo del periodismo?
4. ¿El periodismo necesita de códigos de ética? ¿Por qué?
5. ¿Qué es la ética?
6. ¿Qué propondrías para mejorar el trabajo de la prensa?

1. Para contribuir en el acervo social

2. En teoría debería trabajar para sí mismo, pero en el campo laboral trabaja para un medio con una línea editorial impuesta por los anunciantes y/o el gobierno.

3. La veracidad y la labor investigativa que debe de hacer.

4. Sí, por supuesto, por que es la profesion que mas trabaja con la verdad, y debe de saber que hacer cuando la encuentra.

5. Códigos morales personales que te indican cómo actuar ante eventos cotidianos.

6. un modelo económico nuevo para que el periodismo deje de depender de la publicidad como su principal solvente económico. Así cambiarían las líneas editoriales.



Universidad Autónoma de Querétaro
Maestría en Filosofía Contemporánea Aplicada
Línea: Filosofía Social



Nota: La información recabada en este cuestionario es con fines puramente académicos y será manejada con absoluta discreción; por ello, queda a consideración del encuestado revelar su nombre.

Semestre: Quinto

Nombre (opcional): _____

1. ¿Para qué sirve el periodismo?
2. ¿Para quién trabaja el periodista?
3. Considerando las diversas formas de comunicación ¿cuál consideras que es el rasgo distintivo del periodismo?
4. ¿El periodismo necesita de códigos de ética? ¿Por qué?
5. ¿Qué es la ética?
6. ¿Qué propondrías para mejorar el trabajo de la prensa?

1= Crear agenda en el poder e informar sobre temas de relevancia a la sociedad

2= Habituamente, para un medio dirigido por empresas y con intereses propios. Individualmente, para sí mismo y la sociedad.

3= Ser verbi: lograr la mejor veracidad y objetividad posible, nunca absoluta. Con el fin de comunicar a toda población.

4= Sí, porque para todo se necesita la ética; y con más énfasis en el periodismo, se utiliza para producir, reproducir y distribuir cierta línea editorial.

5= La condición de cada persona para actuar "correctamente" con referencia de los otros, pudiendo afectar o no.

6= Que los dueños de los medios (impresos principalmente) sean periodistas de formación y no empresarios con intereses en el poder. De la mano con que deban ser (los empresarios) colaboradores del poder.



Universidad Autónoma de Querétaro
 Maestría en Filosofía Contemporánea Aplicada
 Línea: Filosofía Social



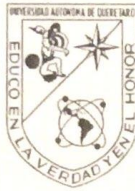
Nota: La información recabada en este cuestionario es con fines puramente académicos y será manejada con absoluta discreción; por ello, queda a consideración del encuestado revelar su nombre.

Semestre: Quinto

Nombre (opcional): Mar Román

1. ¿Para qué sirve el periodismo?
2. ¿Para quién trabaja el periodista?
3. Considerando las diversas formas de comunicación ¿cuál consideras que es el rasgo distintivo del periodismo?
4. ¿El periodismo necesita de códigos de ética? ¿Por qué?
5. ¿Qué es la ética?
6. ¿Qué propondrías para mejorar el trabajo de la prensa?

1- Para construir la realidad social
 2- Instantáneamente, en su mayoría, para intereses lucrativos
 3- La búsqueda de una verdad subjetiva
 4- Sí, para trabajar a razón del deber ser
 5- Son los códigos personales de la que es conciencia
 6- No propondría nada.



Universidad Autónoma de Querétaro
Maestría en Filosofía Contemporánea Aplicada
Línea: Filosofía Social



Nota: La información recabada en este cuestionario es con fines puramente académicos y será manejada con absoluta discreción; por ello, queda a consideración del encuestado revelar su nombre.

Semestre: 5to

Nombre (opcional): Glady's Díaz Hernández

1. ¿Para qué sirve el periodismo?
2. ¿Para quién trabaja el periodista?
3. Considerando las diversas formas de comunicación ¿cuál consideras que es el rasgo distintivo del periodismo?
4. ¿El periodismo necesita de códigos de ética? ¿Por qué?
5. ¿Qué es la ética?
6. ¿Qué propondrías para mejorar el trabajo de la prensa?

1° El periodismo sirve para revelar información que se oculta hacia los ciudadanos, para informar de lo que sucede día a día.

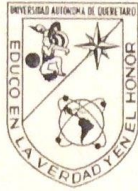
2° Literalmente para el medio en que ejerce, objetivamente para los ciudadanos.

3° La investigación a profundidad "Indagación".

4° Sí, porque así se vigende las decisiones buenas y malas.

5° La ética son un conjunto de normas no legitimadas que apuntan al correcto funcionamiento del ^{actor} ciudadano, y por lo tanto, de la sociedad.

6° Más libertad y menos censura.



Universidad Autónoma de Querétaro
 Maestría en Filosofía Contemporánea Aplicada
 Línea: Filosofía Social



Nota: La información recabada en este cuestionario es con fines puramente académicos y será manejada con absoluta discreción; por ello, queda a consideración del encuestado revelar su nombre.

Semestre: 5º

Nombre (opcional): Mateo Edith Gutierrez Paxtán

1. ¿Para qué sirve el periodismo?
2. ¿Para quién trabaja el periodista?
3. Considerando las diversas formas de comunicación ¿cuál consideras que es el rasgo distintivo del periodismo?
4. ¿El periodismo necesita de códigos de ética? ¿Por qué?
5. ¿Qué es la ética?
6. ¿Qué propondrías para mejorar el trabajo de la prensa?

① Para informar y entretener con datos de veracidad

② Para un medio, pero ya diría que más para la sociedad

③ La objetividad y veracidad son esenciales pero tan en la práctica estos conceptos se definen

④ Por supuesto que sí, sin ellos la tarea del periodista y el compromiso con la sociedad no se cumpliría, sin embargo habría que ver qué tanto se cumplen

⑤ Son los valores profesionales con el fin de no dudar al aceptar o a dar noticia

⑥ Una rigidez en la formación desde la academia hasta la práctica



Universidad Autónoma de Querétaro
 Maestría en Filosofía Contemporánea Aplicada
 Línea: Filosofía Social



Nota: La información recabada en este cuestionario es con fines puramente académicos y será manejada con absoluta discreción; por ello, queda a consideración del encuestado revelar su nombre.

Semestre: 5º quinto

Nombre (opcional): Axel Rosas Vilhoñor

1. ¿Para qué sirve el periodismo?
2. ¿Para quién trabaja el periodista?
3. Considerando las diversas formas de comunicación ¿cuál consideras que es el rasgo distintivo del periodismo?
4. ¿El periodismo necesita de códigos de ética? ¿Por qué?
5. ¿Qué es la ética?
6. ¿Qué propondrías para mejorar el trabajo de la prensa?

1. Para mover la información que es importante que conozca la sociedad, para investigar y divulgar como se utilizan los recursos públicos en orden de defender la democracia

2. Para la sociedad

3. Es más duro y crítico, solo se basa en hechos e intenta demostrar su veracidad

4. Si los necesita por la cantidad de poder e injerencia que tiene sobre la vida pública, es tan importante y tiene tanta fuerza que dejarlo sin códigos sería peligroso

5. La rama de la filosofía que nos dice como debemos conducirnos para poder vivir en armonía y respetando los derechos de otros

6. Establecer códigos deontológicos claros que permitan a los periodistas del gremio una guía para convertirse la profesionalización



Universidad Autónoma de Querétaro
Maestría en Filosofía Contemporánea Aplicada
Línea: Filosofía Social



Nota: La información recabada en este cuestionario es con fines puramente académicos y será manejada con absoluta discreción; por ello, queda a consideración del encuestado revelar su nombre.

Semestre: 5^{to} semestre

Nombre (opcional): _____

1. ¿Para qué sirve el periodismo?
2. ¿Para quién trabaja el periodista?
3. Considerando las diversas formas de comunicación ¿cuál consideras que es el rasgo distintivo del periodismo?
4. ¿El periodismo *necesita* de códigos de ética? ¿Por qué?
5. ¿Qué es la ética?
6. ¿Qué propondrías para mejorar el trabajo de la prensa?

1. El periodismo sirve para conocer la verdad y mantenerse informados.

2. A la sociedad.

3. La búsqueda y la indagación en los hechos.

4. Sí, para que pueda ejercerse de manera íntegra y pueda cumplir con su función de servicio al público.

5. Es saber distinguir las actitudes y acciones positivas de las que no lo son, y actuar de acuerdo a estas.

6. Mejorar la educación deontológica en las instituciones donde se forma la prensa y mejorar instrumentos que regulen comportamientos inadecuados.



Universidad Autónoma de Querétaro
 Maestría en Filosofía Contemporánea Aplicada
 Línea: Filosofía Social



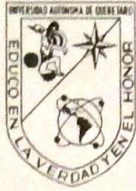
Nota: La información recabada en este cuestionario es con fines puramente académicos y será manejada con absoluta discreción; por ello, queda a consideración del encuestado revelar su nombre.

Semestre: 5to Semestre

Nombre (opcional): Clemente Hernandez

1. ¿Para qué sirve el periodismo?
2. ¿Para quién trabaja el periodista?
3. Considerando las diversas formas de comunicación ¿cuál consideras que es el rasgo distintivo del periodismo?
4. ¿El periodismo necesita de códigos de ética? ¿Por qué?
5. ¿Qué es la ética?
6. ¿Qué propondrías para mejorar el trabajo de la prensa?

- * Para informar con ~~el~~ el fin de un bienestar social
- * Para la sociedad, o al menos así debería ser
- * Poner en un escrito el reflejo de la sociedad, además de que es una actividad que te permite, a través de la investigación, relacionarte al fondo con el entorno cotidiano
- * ¡Claro!, pues al ser una práctica humanista se necesita tener siempre ~~de~~ firmes nuestras convicciones
- * ~~de~~ llevar a cabo una conducta con valores y/o moral.
- * Reforzar el compromiso social.



Universidad Autónoma de Querétaro
 Maestría en Filosofía Contemporánea Aplicada
 Línea: Filosofía Social



Nota: La información recabada en este cuestionario es con fines puramente académicos y será manejada con absoluta discreción; por ello, queda a consideración del encuestado revelar su nombre.

Semestre: 5^{to}

Nombre (opcional): Eduardo

1. ¿Para qué sirve el periodismo?
2. ¿Para quién trabaja el periodista?
3. Considerando las diversas formas de comunicación ¿cuál consideras que es el rasgo distintivo del periodismo?
4. ¿El periodismo *necesita* de códigos de ética? ¿Por qué?
5. ¿Qué es la ética?
6. ¿Qué propondrías para mejorar el trabajo de la prensa?

1' Para darle a la sociedad la información que necesita para conocer el mundo en que vive y otorgarle las herramientas de actuar de ser necesario.

2' Para todo aquel que quiera conocer la versión más veraz de un hecho.

3' La investigación de hechos cuya revelación se opone a algún que no quiere que salga a la luz pública.

4' Para que la integridad de la información que entrega el periodista sea un reflejo de sí mismo.

5' La necesidad de reflexionar sobre el modo correcto de hacer y actuar.

6' Menos poder de censura de otros funcionarios.



Universidad Autónoma de Querétaro
Maestría en Filosofía Contemporánea Aplicada
Línea: Filosofía Social



Nota: La información recabada en este cuestionario es con fines puramente académicos y será manejada con absoluta discreción; por ello, queda a consideración del encuestado revelar su nombre.

Semestre: 8vo

Nombre (opcional): Diego Morales Goery

1. ¿Para qué sirve el periodismo?
2. ¿Para quién trabaja el periodista?
3. Considerando las diversas formas de comunicación ¿cuál consideras que es el rasgo distintivo del periodismo?
4. ¿El periodismo necesita de códigos de ética? ¿Por qué?
5. ¿Qué es la ética?
6. ¿Qué propondrías para mejorar el trabajo de la prensa?

1: El periodismo sirve como una herramienta para informar a la población sobre asuntos que le afectan sobre su entorno político y social

2: El periodista trabaja para los ciudadanos y ciudadanas que conforman una determinada sociedad

3: El rasgo distintivo del periodismo que lo separa de las otras formas de comunicación es que busca y tiene como objetivo primordial la veracidad de los hechos.

4: El periodismo necesita de códigos de ética porque en él yace un poder inmenso que puede influir en asuntos de gran importancia para la humanidad



Universidad Autónoma de Querétaro
Maestría en Filosofía Contemporánea Aplicada
Línea: Filosofía Social



Nota: La información recabada en este cuestionario es con fines puramente académicos y será manejada con absoluta discreción; por ello, queda a consideración del encuestado revelar su nombre.

Semestre: 5°

Nombre (opcional): Angélica Ruiz

1. ¿Para qué sirve el periodismo?
2. ¿Para quién trabaja el periodista?
3. Considerando las diversas formas de comunicación ¿cuál consideras que es el rasgo distintivo del periodismo?
4. ¿El periodismo necesita de códigos de ética? ¿Por qué?
5. ¿Qué es la ética?
6. ¿Qué propondrías para mejorar el trabajo de la prensa?

El periodismo sirve para informar a la población acerca de asuntos de interés que afectan su vida, para generar conocimiento en los demás, para vigilar las acciones de los gobernantes.

El periodista trabaja para la sociedad, su función es por y para ellos.

Creo que el rasgo distintivo del periodismo es la amplitud en cuanto a los tópicos que trata y además el tratamiento que se le da a la información: más profundo.

El periodismo (y todas las disciplinas) necesita códigos de ética para delimitar sus funciones: siempre teniendo presente que se debe actuar en beneficio de la sociedad.

La ética se refiere a aquellas normas morales que rigen nuestro comportamiento, depende de nuestra cultura, ideología, etc. al homogenizar ciertos criterios, se puede mejorar el actuar de un gremio.

Creo que depende mucho de la formación ética de los periodistas, mejora de los códigos de ética para la auto-regulación de los medios.



Universidad Autónoma de Querétaro
Maestría en Filosofía Contemporánea Aplicada
Línea: Filosofía Social



Nota: La información recabada en este cuestionario es con fines puramente académicos y será manejada con absoluta discreción; por ello, queda a consideración del encuestado revelar su nombre.

Semestre: 5to

Nombre (opcional): Ana Karen Senano Malagón

1. ¿Para qué sirve el periodismo?
2. ¿Para quién trabaja el periodista?
3. Considerando las diversas formas de comunicación ¿cuál consideras que es el rasgo distintivo del periodismo?
4. ¿El periodismo *necesita* de códigos de ética? ¿Por qué?
5. ¿Qué es la ética?
6. ¿Qué propondrías para mejorar el trabajo de la prensa?

1- Para informar al ciudadano, de manera verídica y clara, lo que pasa en el entorno en el que vive (temas de interés común)

2- Para la sociedad

3- Que es clara, verídica y va dirigida a la ciudadanía en general y no a un sector de la población.

4- Si los necesita por que la labor periodística depende de ellos; al saber que se publica y el como sin afectar a terceros.

5- La ética periodística es, como lo dice anteriormente los valores por los cuales un periodista realiza su labor, informando lo que es, sin ocultar información.

6- Realizar la labor periodística dentro del deber ser.



Universidad Autónoma de Querétaro
Maestría en Filosofía Contemporánea Aplicada
Línea: Filosofía Social



Nota: La información recabada en este cuestionario es con fines puramente académicos y será manejada con absoluta discreción; por ello, queda a consideración del encuestado revelar su nombre.

Semestre: Quinto

Nombre (opcional): Carolina Olvera

1. ¿Para qué sirve el periodismo?
2. ¿Para quién trabaja el periodista?
3. Considerando las diversas formas de comunicación ¿cuál consideras que es el rasgo distintivo del periodismo?
4. ¿El periodismo necesita de códigos de ética? ¿Por qué?
5. ¿Qué es la ética?
6. ¿Qué propondrías para mejorar el trabajo de la prensa?

1- Para informar e investigar hechos relevantes

2- Para las personas

3- La búsqueda de la verdad

4- Sí, porque los códigos permiten hacer un trabajo más confiable y cumplir con el propósito del periodismo

5- Son las normas de conducta que rigen a una sociedad

6- Buscar la verdad más que el dinero



Universidad Autónoma de Querétaro
Maestría en Filosofía Contemporánea Aplicada
Línea: Filosofía Social



Nota: La información recabada en este cuestionario es con fines puramente académicos y será manejada con absoluta discreción; por ello, queda a consideración del encuestado revelar su nombre.

Semestre: 5^{to}

Nombre (opcional): _____

1. ¿Para qué sirve el periodismo?
2. ¿Para quién trabaja el periodista?
3. Considerando las diversas formas de comunicación ¿cuál consideras que es el rasgo distintivo del periodismo?
4. ¿El periodismo necesita de códigos de ética? ¿Por qué?
5. ¿Qué es la ética?
6. ¿Qué propondrías para mejorar el trabajo de la prensa?

4 Para difundir información de lo que sucede en todo el mundo y para investigar, descubrir y difundir datos de relevancia pública

2 Para la sociedad

3 La forma de transmitir información, la objetividad que se trata de generar en las notas

4i Sí, porque es necesario saber como actuar éticamente, en diversas situaciones para no deformar información o mentir

5 Las valores que se tienen

6i Honestidad en todos los medios, difusión de las noticias verdaderamente importantes, nada de cortinas de humo y que el periodismo no esté a merced del sistema político.



Universidad Autónoma de Querétaro
Maestría en Filosofía Contemporánea Aplicada
Línea: Filosofía Social



Nota: La información recabada en este cuestionario es con fines puramente académicos y será manejada con absoluta discreción, por ello, queda a consideración del encuestado revelar su nombre.

Semestre: 7°

Nombre (opcional): _____

1. ¿Para qué sirve el periodismo?
2. ¿Para quién trabaja el periodista?
3. Considerando las diversas formas de comunicación ¿cuál consideras que es el rasgo distintivo del periodismo?
4. ¿El periodismo necesita de códigos de ética? ¿Por qué?
5. ¿Qué es la ética?
6. ¿Qué propondrías para mejorar el trabajo de la prensa?

1° Para mantener informada a la sociedad del acontecer diario, tanto a nivel nacional como internacional

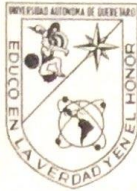
2° Para la ciudadanía

3° Ofrece información veraz y objetiva

4° Si, porque es necesario que el periodista se apegue a sus principios de modo que no perjudique o beneficie a ninguna persona o grupo, tanto "de poder" como de la sociedad

5° Son las normas que cada persona adquiere como compromiso para con otras personas. Respetar valores propios y ajenos

6° Seguir las convenciones propias y trabajar en pro de la ciudadanía. Si seguir la línea editorial de cada medio pero con la responsabilidad de brindar información objetiva



Universidad Autónoma de Querétaro
Maestría en Filosofía Contemporánea Aplicada
Línea: Filosofía Social



Nota: La información recabada en este cuestionario es con fines puramente académicos y será manejada con absoluta discreción; por ello, queda a consideración del encuestado revelar su nombre.

Semestre: Quinto

Nombre (opcional): Miriam Jiménez

1. ¿Para qué sirve el periodismo?
2. ¿Para quién trabaja el periodista?
3. Considerando las diversas formas de comunicación ¿cuál consideras que es el rasgo distintivo del periodismo?
4. ¿El periodismo necesita de códigos de ética? ¿Por qué?
5. ¿Qué es la ética?
6. ¿Qué propondrías para mejorar el trabajo de la prensa?

1. El periodismo sirve para mantener informada a la población, así como también para esclarecer hechos de interés público.
2. El periodista trabaja para la sociedad en general.
3. El formalismo, la siempre buscada objetividad y sobre todo la verdad con un siempre necesario toque de ética.
4. Sí, puesto que el manejo de información necesita realizarse con limpieza y verdad, esta en las manos del periodista y la confianza de la sociedad, por lo que es sumamente importante que se realice el mejor trabajo posible.
5. Es un conjunto de normas internas, las cuales te indican la forma del buen actuar.
6. Lo principal es conocer los límites que se tienen, conocer las leyes que te regulan y tener muy firmemente valores y ética al actuar. Conocer tus objetivos y mantenerlos.



Universidad Autónoma de Querétaro
 Maestría en Filosofía Contemporánea Aplicada
 Línea: Filosofía Social



Nota: La información recabada en este cuestionario es con fines puramente académicos y será manejada con absoluta discreción; por ello, queda a consideración del encuestado revelar su nombre.

Semestre: Quinto

Nombre (opcional): _____

1. ¿Para qué sirve el periodismo?
2. ¿Para quién trabaja el periodista?
3. Considerando las diversas formas de comunicación ¿cuál consideras que es el rasgo distintivo del periodismo?
4. ¿El periodismo necesita de códigos de ética? ¿Por qué?
5. ¿Qué es la ética?
6. ¿Qué propondrías para mejorar el trabajo de la prensa?

1. Para informar a la población de las cosas más relevantes del día (o que puedan tener consecuencias del futuro)

2. Para el pueblo/población/gente

3. Su objetividad sobretodo al dar una noticia, es el principal hecho por el de la verdad a la gente.

4. Si, porque sino no se respeta es "verdad" que se tiene que dar al pueblo por medio de la prensa.

5. Es la guía de lo correcto

6. Más profesionalismo y ética, no sólo por el periodismo que por dinero, hacer una mala noticia que saliera por dar la verdad.



Universidad Autónoma de Querétaro
 Maestría en Filosofía Contemporánea Aplicada
 Línea: Filosofía Social



Nota: La información recabada en este cuestionario es con fines puramente académicos y será manejada con absoluta discreción; por ello, queda a consideración del encuestado revelar su nombre.

Semestre: 5to

Nombre (opcional): Alexis Obedy Lopez

1. ¿Para qué sirve el periodismo?
2. ¿Para quién trabaja el periodista?
3. Considerando las diversas formas de comunicación ¿cuál consideras que es el rasgo distintivo del periodismo?
4. ¿El periodismo necesita de códigos de ética? ¿Por qué?
5. ¿Qué es la ética?
6. ¿Qué propondrías para mejorar el trabajo de la prensa?

1- El periodismo no sirve para informar sobre los acontecimientos más importantes que ocurren en el día a día

2- El periodista debe trabajar para diarios, cadenas radiotelevisivas o televisivas. Trabaja para informar a los ciudadanos, pero como en todos los trabajos tiene un jefe para quien trabaja

3- Que el periodismo tiene la función de poner guardián, que es la vida para denunciar hechos delictivos ante la sociedad

4- Si parece sino se podría decir cualquier mentira a los equívocos

5- La ética es una que indica la forma correcta de hacer las cosas

6- Que se haga de una manera más profunda de lo que se está haciendo.



Universidad Autónoma de Querétaro
Maestría en Filosofía Contemporánea Aplicada
Línea: Filosofía Social



Nota: La información recabada en este cuestionario es con fines puramente académicos y será manejada con absoluta discreción; por ello, queda a consideración del encuestado revelar su nombre.

Semestre: 5 to.

Nombre (opcional): _____

1. ¿Para qué sirve el periodismo?
2. ¿Para quién trabaja el periodista?
3. Considerando las diversas formas de comunicación ¿cuál consideras que es el rasgo distintivo del periodismo?
4. ¿El periodismo necesita de códigos de ética? ¿Por qué?
5. ¿Qué es la ética?
6. ¿Qué propondrías para mejorar el trabajo de la prensa?

1º Su función principal es el informar y dar a conocer a la sociedad los acontecimientos recientes y de su interés.

2º Es primera instancia para la sociedad, pues tiene un compromiso con ella, sin embargo, también debe cumplir a su medio, esta comprendida en una forma más tangible

3- Considera que el análisis y la investigación son los rasgos más distintivos

4- Si, para establecer lo más recomendable al ejercer la profesión y que se acerque al ideal de la misma

5- Es el estudio del comportamiento y actuar.

6º Considerar los códigos desde el mismo medio y tener un compromiso con lo que se debería cumplir.



Universidad Autónoma de Querétaro
 Maestría en Filosofía Contemporánea Aplicada
 Línea: Filosofía Social



Nota: La información recabada en este cuestionario es con fines puramente académicos y será manejada con absoluta discreción; por ello, queda a consideración del encuestado revelar su nombre.

Semestre: 5º

Nombre (opcional): José Luis González Díaz

1. ¿Para qué sirve el periodismo?
2. ¿Para quién trabaja el periodista?
3. Considerando las diversas formas de comunicación ¿cuál consideras que es el rasgo distintivo del periodismo?
4. ¿El periodismo necesita de códigos de ética? ¿Por qué?
5. ¿Qué es la ética?
6. ¿Qué propondrías para mejorar el trabajo de la prensa?

1. Para reportar o transmitir una noticia o acontecimiento de importancia pública, todo en base a argumentos y hechos bien fundamentados y comprobables.

2. Para la sociedad en la que se desenvuelve

3. La investigación, ya que el buen periodismo es aquel que descubre cosas interesantes para lograr una transformación en la sociedad

4. Sí, por los delicados temas en los que se puede ver envuelto y las personas que los involucran

5. La ética es el conjunto de leyes de la sociedad reflejadas en la moral y estilo de vida de cada persona. La forma en la que actuamos y nos expresamos, reflejando nuestra forma de ver las cosas.

6. Siendo capaces sus investigaciones y tratar de involucrarse con los (labores, escuelas), etc.



Universidad Autónoma de Querétaro
Maestría en Filosofía Contemporánea Aplicada
Línea: Filosofía Social



Nota: La información recabada en este cuestionario es con fines puramente académicos y será manejada con absoluta discreción; por ello, queda a consideración del encuestado revelar su nombre.

Semestre: 5^{to} semestre

Nombre (opcional): Alejandra Sánchez

1. ¿Para qué sirve el periodismo?
2. ¿Para quién trabaja el periodista?
3. Considerando las diversas formas de comunicación ¿cuál consideras que es el rasgo distintivo del periodismo?
4. ¿El periodismo necesita de códigos de ética? ¿Por qué?
5. ¿Qué es la ética?
6. ¿Qué propondrías para mejorar el trabajo de la prensa?

1^o Para mantener informada a la población sobre temas de importancia para el medio de comunicación y también para la sociedad en general.

2^o En el ideal debería de trabajar para la sociedad, sin embargo, a final de cuentas un medio es un negocio con intereses propios, por lo tanto hay veces que el periodista debe trabajar para estas dos partes: la sociedad y la empresa.

3^o Que involucre a gran parte de la población y tiene un interés social.

4^o Claro, porque es el encargado de llevar la información a la población. Información que usarán para tomar una postura sobre tal o cual situación y que influirá tendrán gran influencia en sus decisiones y actúe. Es importante tratar con ética esta información.

5^o Es el deber ser, el ideal, cada persona tiene su propia ética, o bueno, sus propias normas.

6^o Crear, y aplicar, discutir códigos de ética. Con que el elevar los niveles y mejorar las condiciones laborales para evitar uno de los principales problemas: la corrupción.



Universidad Autónoma de Querétaro
 Maestría en Filosofía Contemporánea Aplicada
 Línea: Filosofía Social



Nota: La información recabada en este cuestionario es con fines puramente académicos y será manejada con absoluta discreción; por ello, queda a consideración del encuestado revelar su nombre.

Semestre: Sede

Nombre (opcional): _____

1. ¿Para qué sirve el periodismo?
2. ¿Para quién trabaja el periodista?
3. Considerando las diversas formas de comunicación ¿cuál consideras que es el rasgo distintivo del periodismo?
4. ¿El periodismo necesita de códigos de ética? ¿Por qué?
5. ¿Qué es la ética?
6. ¿Qué propondrías para mejorar el trabajo de la prensa?

1. Para informar a la sociedad, pero también muchos aspectos más complejos, como valores y contribuir al conocimiento de las situaciones de un espacio y tiempo sociales. Sirve para generar cambios.
2. Para la sociedad debería ser, aunque existen muchas excepciones por medio de trabajos por unos cuantos, los periodistas.
3. El periodismo considera que la ética es muy utilizada para hacer periodismo, pero sobre todo en medio, la esencia del periodismo radica o tiene más peso en el contenido.
4. Si. Es su base. Sin códigos de ética el contenido periodístico pierde su legitimidad, eso es el deber ser. Ante la situación actual del periodismo se debe mejorar más los valores éticos.
5. Es la finalidad ante temas constantemente documentados a la información social.
6. Intentar no perder la parte ética y moral del periodismo y siempre tener presente que el periodismo es para la sociedad, por lo que está importante y mejor preparada.



Universidad Autónoma de Querétaro
 Maestría en Filosofía Contemporánea Aplicada
 Línea: Filosofía Social



Nota: La información recabada en este cuestionario es con fines puramente académicos y será manejada con absoluta discreción; por ello, queda a consideración del encuestado revelar su nombre.

Semestre: 5to

Nombre (opcional): _____

1. ¿Para qué sirve el periodismo?
2. ¿Para quién trabaja el periodista?
3. Considerando las diversas formas de comunicación ¿cuál consideras que es el rasgo distintivo del periodismo?
4. ¿El periodismo necesita de códigos de ética? ¿Por qué?
5. ¿Qué es la ética?
6. ¿Qué propondrías para mejorar el trabajo de la prensa?

1- Para brindar información a los ciudadanos, facilitandoles el acceso a la misma

2- Para las instituciones y en parte a la población

3- Da una opinión objetiva - subjetiva con respecto a la información que se surta. De persona a persona.

4- Si porque en la actualidad el periodismo se sigue notando "verdoso" ante las instituciones gubernamentales que buscan fines personales.

5- ~~Se~~ Conoce al deber ser al momento de brindar información

6- más autonomía de los medios
 separación del medio ↔ gobierno.



Universidad Autónoma de Querétaro
 Maestría en Filosofía Contemporánea Aplicada
 Línea: Filosofía Social



Nota: La información recabada en este cuestionario es con fines puramente académicos y será manejada con absoluta discreción; por ello, queda a consideración del encuestado revelar su nombre.

Semestre: 5^o

Nombre (opcional): Juan ~~Rivera~~ Velázquez Torres

1. ¿Para qué sirve el periodismo?
2. ¿Para quién trabaja el periodista?
3. Considerando las diversas formas de comunicación ¿cuál consideras que es el rasgo distintivo del periodismo?
4. ¿El periodismo necesita de códigos de ética? ¿Por qué?
5. ¿Qué es la ética?
6. ¿Qué propondrías para mejorar el trabajo de la prensa?

1- Para informar de lo que pasa día a día en la ciudad.
 2- Para la Sociedad y el bien común / la democracia
 3- Cualquiera que pueda expresar (oral / escrito / audiovisual).
 4- Sí, porque necesita ser regulado
 5- Los valores y actitudes "correctas" que deberían regir en el ejercicio de la profesión.
 6- Más dinámica y textos llamativos; no parcialidad.



Universidad Autónoma de Querétaro
 Maestría en Filosofía Contemporánea Aplicada
 Línea: Filosofía Social



Nota: La información recabada en este cuestionario es con fines puramente académicos y será manejada con absoluta discreción; por ello, queda a consideración del encuestado revelar su nombre.

Semestre: 5º (Quinto semestre)

Nombre (opcional): _____

1. ¿Para qué sirve el periodismo?
2. ¿Para quién trabaja el periodista?
3. Considerando las diversas formas de comunicación ¿cuál consideras que es el rasgo distintivo del periodismo?
4. ¿El periodismo necesita de códigos de ética? ¿Por qué?
5. ¿Qué es la ética?
6. ¿Qué propondrías para mejorar el trabajo de la prensa?

1- Debo informar a la sociedad respecto a temas puramente de interés público, estos pueden ir desde dar a conocer cosas positivas y/o negativas que tengan un impacto directo en la sociedad. Por tanto, deben ser solo temas de interés público, la vida privada, si no afecta al desarrollo de la sociedad, queda de lado.

2- Para el público, tiene un deber con y para la sociedad

3- el periodismo puede apoyarse tanto de la escritura, como de la comunicación oral, el objetivo es informar.

4- Si, ya que al informar debemos ser estrictamente comprometidos con la verdad, no podemos o debemos informar falsedades.

5- un punto de vista del cómo debe cuidar la persona, es el bien o bien crear del individuo, es lo correcto en relación de lo bueno y lo malo

6- Más trabajo de la periodística, pero a través una mejor remuneración económica, como refuerzo, por parte de las agencias de información (prensa), ya que estas agencias suelen maltratar, por así decirlo, el trabajo del periodista.



Universidad Autónoma de Querétaro
Maestría en Filosofía Contemporánea Aplicada
Línea: Filosofía Social



Nota: La información recabada en este cuestionario es con fines puramente académicos y será manejada con absoluta discreción; por ello, queda a consideración del encuestado revelar su nombre.

Semestre: general

Nombre (opcional): Carmen

1. ¿Para qué sirve el periodismo?
2. ¿Para quién trabaja el periodista?
3. Considerando las diversas formas de comunicación ¿cuál consideras que es el rasgo distintivo del periodismo?
4. ¿El periodismo necesita de códigos de ética? ¿Por qué?
5. ¿Qué es la ética?
6. ¿Qué propondrías para mejorar el trabajo de la prensa?

1. El periodismo sirve para que poseer a los ciudadanos de información necesaria para la toma de sus decisiones que les beneficien en su vida.

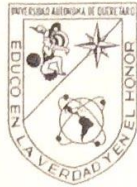
2. Para la sociedad

3. No es una comunicación directa / debe de informar a los personas

4. Si, para que el periodista tenga una guía de la manera que debe actuar en determinadas circunstancias, pero estas deben ser de mane profesional

5. Es un forma de catalogar ~~manera~~ de manera moral las diversas acciones que realizamos.

6. Que existieran mas códigos de éticas, que el periodista tomara una postura más profesional y que dejara de ver al periodismo como una herramienta de publicidad y más como un servicio social.



Universidad Autónoma de Querétaro
Maestría en Filosofía Contemporánea Aplicada
Línea: Filosofía Social



Nota: La información recabada en este cuestionario es con fines puramente académicos y será manejada con absoluta discreción; por ello, queda a consideración del encuestado revelar su nombre.

Semestre: 5°

Nombre (opcional): Jesús B

1. ¿Para qué sirve el periodismo?
2. ¿Para quién trabaja el periodista?
3. Considerando las diversas formas de comunicación ¿cuál consideras que es el rasgo distintivo del periodismo?
4. ¿El periodismo *necesita* de códigos de ética? ¿Por qué?
5. ¿Qué es la ética?
6. ¿Qué propondrías para mejorar el trabajo de la prensa?

1: Informar a la población los acontecimientos que se generan día a día y que son de interés común.

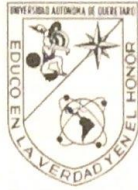
2: El periodista trabaja para el pueblo, la sociedades a las que debe de informar.

3: la prensa escrita y plasmada en papel

4: Si, parece debemos regirnos con base a criterios que como personas profesionistas nos genera un gran compromiso social que de herramientas para beneficio en común.

5: aquellos valores que se poseen en las profesiones en donde buscamos el beneficio social.

6: Regirnos con base en normas comunes.



Universidad Autónoma de Querétaro
Maestría en Filosofía Contemporánea Aplicada
Línea: Filosofía Social



Nota: La información recabada en este cuestionario es con fines puramente académicos y será manejada con absoluta discreción; por ello, queda a consideración del encuestado revelar su nombre.

Semestre: 6 5 Semestre

Nombre (opcional): Sergio Juárez López

1. ¿Para qué sirve el periodismo?
2. ¿Para quién trabaja el periodista?
3. Considerando las diversas formas de comunicación ¿cuál consideras que es el rasgo distintivo del periodismo?
4. ¿El periodismo necesita de códigos de ética? ¿Por qué?
5. ¿Qué es la ética?
6. ¿Qué propondrías para mejorar el trabajo de la prensa?

1.- Para informar a la población sobre lo acontecido que compete a la opinión pública en general.

2.- Independientemente del medio en que se labore, el periodista debe cumplir con su labor social por lo tanto se trabaja para la sociedad.

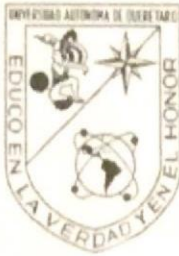
3.- Informar lo más relevante del acontecer diario.

4.- Por el manejo económico-político que hay en día lleva a los medios.

5.- Esos principios filosóficos que cada persona tiene -desde distintas perspectivas- y que atienden o respaldan las labores diarias.

6.- Realizar lo que compete a la prensa sin que intervengan cualquier tipo de intereses.

f) Cuestionarios aplicados a reporteros de medios de comunicación en Querétaro.



Universidad Autónoma de Querétaro
Maestría en Filosofía Contemporánea Aplicada
Línea: Filosofía Social



Nota: La información recabada en este cuestionario es con fines puramente académicos y será manejada con absoluta discreción; por ello, queda a consideración del encuestado revelar su nombre y el medio para el que trabaja.

Puesto (Reportero, fotógrafo, editor, jefe de información, etc.): Jefe de información

Medio (Prensa escrita, radio, televisión, internet, agencia, etc.): Prensa escrita

Nombre (opcional): _____

Medio para el que labora (opcional): _____

1. ¿Para qué sirve el periodismo?
2. Como periodista, ¿para quién trabajas?
3. Considerando las diversas formas de comunicación ¿cuál consideras que es el rasgo distintivo del periodismo?
4. ¿El periodismo *necesita* de códigos de ética? ¿Por qué?
5. ¿El medio para el que trabajas posee un código de ética?
 - 5a. ¿Conoces dicho código?
 - 5b. ¿Qué aspectos resaltarías del código de tu medio?
6. ¿Qué es la ética?
7. ¿Qué propondrías para mejorar el trabajo de la prensa?

1.- ~~Para~~ Depende de qué óptica se quiera ver: para beneficiar a las élites, para desnudar y evidenciar los excesos de la clase política (con investigación) o para que las audiencias conozcan lo más relevante en su contexto (interés público)

2.- Para un medio de comunicación, los intereses de sus propietarios o para la sociedad (en el ideal)

3.- Los géneros y formatos en las que se presenta el msj para las audiencias

4.- Por supuesto que sí. Porque estos otorgan responsabilidades y valores en el quehacer informativo que la legislación no alcanza a 'cubrir'. // Es importante fomentarlos

5.- No, aunque hay pautas no establecidas que se respetan en la recopilación de información y edición.

6.- Los principios y normas en las que basamos nuestras conductas o pautas para decidir en un dilema que puede perjudicar a terceros.

7.- Códigos de Ética // Regular el tope de recursos públicos



Universidad Autónoma de Querétaro
 Maestría en Filosofía Contemporánea Aplicada
 Línea: Filosofía Social



Nota: La información recabada en este cuestionario es con fines puramente académicos y será manejada con absoluta discreción; por ello, queda a consideración del encuestado revelar su nombre y el medio para el que trabaja.

Puesto (Reportero, fotógrafo, editor, jefe de información, etc.): Reportero

Medio (Prensa escrita, radio, televisión, internet, agencia, etc.): Prensa

Nombre (opcional): Tina Hernández Vázquez

Medio para el que labora (opcional): Noticias

1. ¿Para qué sirve el periodismo? Para que la ciudadanía cree conciencia
2. Como periodista, ¿para quién trabajas? Para la ciudadanía y para mí
3. Considerando las diversas formas de comunicación ¿cuál consideras que es el rasgo distintivo del periodismo? Comunicar
4. ¿El periodismo necesita de códigos de ética? ¿Por qué? Si, porque hay que considerar lo que esto
5. ¿El medio para el que trabajas posee un código de ética? Bien o mal.
 - 5a. ¿Conoces dicho código?
 - 5b. ¿Qué aspectos resaltarías del código de tu medio?
6. ¿Qué es la ética?
7. ¿Qué propondrías para mejorar el trabajo de la prensa?

5º No
6º La forma de catalora en lo correcto e incorrecto de nuestras acciones
7º Mejores condiciones laborales para los periodistas, pues la malas condiciones hacen que incurran en actos de corrupción



Universidad Autónoma de Querétaro
Maestría en Filosofía Contemporánea Aplicada
Línea: Filosofía Social



Nota: La información recabada en este cuestionario es con fines puramente académicos y será manejada con absoluta discreción, por ello, queda a consideración del encuestado revelar su nombre y el medio para el que trabaja.

Puesto (Reportero, fotógrafo, editor, jefe de información, etc.) Reportero

Medio (Prensa escrita, radio, televisión, internet, agencia, etc.) Prensa escrita

Nombre (opcional): _____

Medio para el que labora (opcional): _____ /

1. ¿Para qué sirve el periodismo?
2. Como periodista, ¿para quién trabajas?
3. Considerando las diversas formas de comunicación ¿cuál consideras que es el rasgo distintivo del periodismo?
4. ¿El periodismo necesita de códigos de ética? ¿Por qué?
5. ¿El medio para el que trabajas posee un código de ética?
 - 5a. ¿Conoces dicho código?
 - 5b. ¿Qué aspectos resaltarías del código de tu medio?
6. ¿Qué es la ética?
7. ¿Qué propondrías para mejorar el trabajo de la prensa?

1. El periodismo sirve para mantener informada a la población sobre los sucesos que acontecen en un espacio día con día. Sirve también como una forma de denuncia en la que se le da voz a la gente para exponer sus inconformidades y/o necesidades.

2. Es inevitable no trabajar para un medio; sin embargo, también procuro trabajar para la población.

3. La información

4. Si necesito códigos de ética, como una forma de controlar variables en el manejo de la información como pueden ser: rumores, importancia de la información, manejo y trato con las fuentes, opiniones y subjetividades, entre otras.

5. Si lo tiene

5a. Sí lo conozco.

5b. Equilibrio en el manejo de la información, verificación de declaraciones mediante documentos y eliminación de juicios

6. Los valores propios como persona y como trabajador, en este caso, del medio periodístico.

7. Capacitación en cuanto a temas de derechos humanos, ética periodística, verificación de información y derechos de



Universidad Autónoma de Querétaro
 Maestría en Filosofía Contemporánea Aplicada
 Línea: Filosofía Social



Nota: La información recabada en este cuestionario es con fines puramente académicos y será manejada con absoluta discreción; por ello, queda a consideración del encuestado revelar su nombre y el medio para el que trabaja.

Puesto (Reportero, fotógrafo, editor, jefe de información, etc.): Reportero
 Medio (Prensa escrita, radio, televisión, internet, agencia, etc.): A.M. Oro (Prensa escrita)
 Nombre (opcional): Diego Rodríguez
 Medio para el que labora (opcional): A.M.

1. ¿Para qué sirve el periodismo?
2. Como periodista, ¿para quién trabajas?
3. Considerando las diversas formas de comunicación ¿cuál consideras que es el rasgo distintivo del periodismo?
4. ¿El periodismo necesita de códigos de ética? ¿Por qué?
5. ¿El medio para el que trabajas posee un código de ética?
 5a. ¿Conoces dicho código?
 5b. ¿Qué aspectos resaltarías del código de tu medio?
6. ¿Qué es la ética?
7. ¿Qué propondrías para mejorar el trabajo de la prensa?

- Serve para informar a la gente hechos ocurridos en su entorno
 - Para la sociedad
 - Definitivamente, informar es una responsabilidad, tanto para quien se informa, como de la "fuente"
 - Sí, se enfoca en la veracidad.
 * la obligación de contar con el respeto de la información que se difunde
 - Códigos de comportamiento establecidos
 - Me parece buena la regulación de los gastos que los gobiernos (municipal, estatal, federal) destinan para los medios



Universidad Autónoma de Querétaro
 Maestría en Filosofía Contemporánea Aplicada
 Línea: Filosofía Social



Nota: La información recabada en este cuestionario es con fines puramente académicos y será manejada con absoluta discreción; por ello, queda a consideración del encuestado revelar su nombre y el medio para el que trabaja.

Puesto (Reportero, fotógrafo, editor, jefe de información, etc.): JEFE DE INFORMACIÓN

Medio (Prensa escrita, radio, televisión, internet, agencia, etc.): RADIO

Nombre (opcional): ALFREDO RODRÍGUEZ GÓMEZ

Medio para el que labora (opcional): RADIO UNIVERSIDAD

1. ¿Para qué sirve el periodismo?
2. Como periodista, ¿para quién trabajas?
3. Considerando las diversas formas de comunicación ¿cuál consideras que es el rasgo distintivo del periodismo?
4. ¿El periodismo necesita de códigos de ética? ¿Por qué?
5. ¿El medio para el que trabajas posee un código de ética?
 - 5a. ¿Conoces dicho código?
 - 5b. ¿Qué aspectos resaltarías del código de tu medio?
6. ¿Qué es la ética?
7. ¿Qué propondrías para mejorar el trabajo de la prensa?

1- Para informar a la sociedad sobre hechos de interés público.

2- Para la sociedad.

3- El interés público.

4- Sí, son muy necesarios para establecer lineamientos morales a los comunicadores.

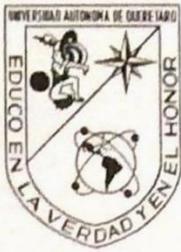
5- Sí

5a - Sí

5b - Que es un primer paso en la defensa del derecho de las audiencias, pero omite muchos aspectos prácticos.

6 - Una serie de principios morales establecidos con bases filosóficas y científicas.

7 - Mejor capacitación, más recursos, códigos de ética, manuales de redacción.



Universidad Autónoma de Querétaro
Maestría en Filosofía Contemporánea Aplicada
Línea: Filosofía Social



Nota: La información recabada en este cuestionario es con fines puramente académicos y será manejada con absoluta discreción; por ello, queda a consideración del encuestado revelar su nombre y el medio para el que trabaja.

Puesto (Reportero, fotógrafo, editor, jefe de información, etc.): PERIODISTA

Medio (Prensa escrita, radio, televisión, internet, agencia, etc.): RADIO E INTERNET

Nombre (opcional): VINOS VIVAR

Medio para el que labora (opcional): QUANTUM / INTEGRAL

1. ¿Para qué sirve el periodismo?
2. Como periodista, ¿para quién trabajas?
3. Considerando las diversas formas de comunicación ¿cuál consideras que es el rasgo distintivo del periodismo?
4. ¿El periodismo *necesita* de códigos de ética? ¿Por qué?
5. ¿El medio para el que trabajas posee un código de ética?
 - 5a. ¿Conoces dicho código?
 - 5b. ¿Qué aspectos resaltarías del código de tu medio?
6. ¿Qué es la ética?
7. ¿Qué propondrías para mejorar el trabajo de la prensa?

- 1) PARA MANDAR LA VOLUNTAD DE LOS CIUDADANOS (EJEMPLO MURAJIN PATRIKA)
- 2) PARA EL GOBIERNO EN TURNO (A VECES HAGO LO QUE QUIERO Y A QUIEN SE PONGA ENFRENTA LE PEGO).
- 3) LA INCIENCIA DE LA INFORMACION (YA PACTADA POR LOS JESES)
- 4) LOS TIENE EN ALGUNOS CASOS / TODOS TENEMOS UNA OBLIGACION SOCIAL POR SER PARTO DE LA MISMA, NO PODEMOS VENDER A NUESTRA AVOCADA
- 5) SI (LA CONVENIENCIA)
- 6) EL DEBERE BAJO PRINCIPIOS PROPIOS, QUE NO AFECTEN EL BIEN COMUN.
- 7) LIBERTAD DE PAGO DE PUBLICIDAD DE LOS GOBIERNOS EN TURNO.



Universidad Autónoma de Querétaro
Maestría en Filosofía Contemporánea Aplicada
Línea: Filosofía Social



Nota: La información recabada en este cuestionario es con fines puramente académicos y será manejada con absoluta discreción; por ello, queda a consideración del encuestado revelar su nombre y el medio para el que trabaja.

Puesto (Reportero, fotógrafo, editor, jefe de información, etc.): REPORTERO

Medio (Prensa escrita, radio, televisión, internet, agencia, etc.): PRENSA ESCRITA

Nombre (opcional): _____

Medio para el que labora (opcional): DIARIO DE QUERÉTARO /

1. ¿Para qué sirve el periodismo?
2. Como periodista, ¿para quién trabajas?
3. Considerando las diversas formas de comunicación ¿cuál consideras que es el rasgo distintivo del periodismo?
4. ¿El periodismo necesita de códigos de ética? ¿Por qué?
5. ¿El medio para el que trabajas posee un código de ética?
 - 5a. ¿Conoces dicho código?
 - 5b. ¿Qué aspectos resaltarías del código de tu medio?
6. ¿Qué es la ética?
7. ¿Qué propondrías para mejorar el trabajo de la prensa?

1° Informar y como enlace entre gobierno - ciudadanos, debe ser la voz de los ciudadanos.

2° La realidad es que trabajas, como periodista, para la empresa y responder a sus intereses y líneas específicas

3° Debe ser la comunicación interpersonal, que es, en mi opinión, la más efectiva

4° Sí; sin embargo todo depende del medio = empresa

5° No lo conozco

6° Una manera correcta de ejercer la profesión

7° Desvincular al medio como empresa, pero entiendo, o en la mayoría de los casos, es imposible



Universidad Autónoma de Querétaro
Maestría en Filosofía Contemporánea Aplicada
Línea: Filosofía Social



Nota: La información recabada en este cuestionario es con fines puramente académicos y será manejada con absoluta discreción; por ello, queda a consideración del encuestado revelar su nombre y el medio para el que trabaja.

Puesto (Reportero, fotógrafo, editor, jefe de información, etc.): Reportera

Medio (Prensa escrita, radio, televisión, internet, agencia, etc.): Internet

Nombre (opcional): Karen Murguía

Medio para el que labora (opcional): Códice Informativo

1. ¿Para qué sirve el periodismo?
2. Como periodista, ¿para quién trabajas?
3. Considerando las diversas formas de comunicación ¿cuál consideras que es el rasgo distintivo del periodismo?
4. ¿El periodismo necesita de códigos de ética? ¿Por qué?
5. ¿El medio para el que trabajas posee un código de ética?
 - 5a. ¿Conoces dicho código?
 - 5b. ¿Qué aspectos resaltarías del código de tu medio?
6. ¿Qué es la ética?
7. ¿Qué propondrías para mejorar el trabajo de la prensa?

1- Es una profesión que te permite informar a la ciudadanía los hechos que suceden no solo en la entidad, sino en todo el país y el mundo

2: Para la sociedad, es por ellos sin la razón de esta profesión
3: la calidad de la información

4: Sí, porque se debe distinguir entre lo que es el periodismo y los beneficios que de esta profesión se buscan obtener.

5: Sí; 5a) Sí; 5b) Siempre fundamentar lo que se publica, esa es una de ~~los~~ los aspectos

6- Para mí, ética significa conducirse con cordura

7- Una sola cosa: Permitir que el periodismo se ejerza sin presiones y chantajes.



Universidad Autónoma de Querétaro
Maestría en Filosofía Contemporánea Aplicada
Línea: Filosofía Social



Nota: La información recabada en este cuestionario es con fines puramente académicos y será manejada con absoluta discreción; por ello, queda a consideración del encuestado revelar su nombre y el medio para el que trabaja.

Puesto (Reportero, fotógrafo, editor, jefe de información, etc.): Camarógrafo

Medio (Prensa escrita, radio, televisión, internet, agencia, etc.): INTERNET

Nombre (opcional): José Palacios

Medio para el que labora (opcional): SITY

1. ¿Para qué sirve el periodismo?
2. Como periodista, ¿para quién trabajas?
3. Considerando las diversas formas de comunicación ¿cuál consideras que es el rasgo distintivo del periodismo?
4. ¿El periodismo necesita de códigos de ética? ¿Por qué?
5. ¿El medio para el que trabajas posee un código de ética?
 - 5a. ¿Conoces dicho código?
 - 5b. ¿Qué aspectos resaltarías del código de tu medio?
6. ¿Qué es la ética?
7. ¿Qué propondrías para mejorar el trabajo de la prensa?

- 1) Describir, Analizar e Informar los sucesos cotidianos, importantes que se generan en la sociedad.
- 2) La Sociedad
- 3) El análisis de los eventos para transmitirlos al público sea cual sea la sección
- 4) Si, para que no exista un sesgo o parcialidad en las noticias
- 5) Si, la imparcialidad que debe haber
- 6) Si es responsable y comprensible con los actos y hechos de mi alrededor
- 7) Mejor trato al trabajador



Universidad Autónoma de Querétaro
Maestría en Filosofía Contemporánea Aplicada
Línea: Filosofía Social



Nota: La información recabada en este cuestionario es con fines puramente académicos y será manejada con absoluta discreción, por ello, queda a consideración del encuestado revelar su nombre y el medio para el que trabaja.

Puesto (Reportero, fotógrafo, editor, jefe de información, etc.): Reportero

Medio (Prensa escrita, radio, televisión, internet, agencia, etc.): Prensa Escrita

Nombre (opcional): _____

Medio para el que labora (opcional): _____ /

1. ¿Para qué sirve el periodismo?
2. Como periodista, ¿para quién trabajas?
3. Considerando las diversas formas de comunicación ¿cuál consideras que es el rasgo distintivo del periodismo?
4. ¿El periodismo necesita de códigos de ética? ¿Por qué?
5. ¿El medio para el que trabajas posee un código de ética?
5a. ¿Conoces dicho código?
5b. ¿Qué aspectos resaltarías del código de tu medio?
6. ¿Qué es la ética?
7. ¿Qué propondrías para mejorar el trabajo de la prensa?

1.- El periodismo es o "debería" ser la forma ideal de dar a conocer hechos sobresalientes en la sociedad; información necesaria para la sociedad, sobre su entorno.

2.- Para la sociedad, a través de una empresa que tiene como fin el informar.

3.- La investigación a fondo, rescatar historias y testimonios

4.- Sí, Para regir su forma de trabajo

5.- Sí. / 5a.- Sí / 5b.- El respeto a las fuentes

6.- Serie de normas que rigen una conducta

7.- Buenos salarios, inversión para investigaciones detalladas.



Universidad Autónoma de Querétaro
Maestría en Filosofía Contemporánea Aplicada
Línea: Filosofía Social



Nota: La información recabada en este cuestionario es con fines puramente académicos y será manejada con absoluta discreción; por ello, queda a consideración del encuestado revelar su nombre y el medio para el que trabaja.

Puesto (Reportero, fotógrafo, editor, jefe de información, etc.): Reportero

Medio (Prensa escrita, radio, televisión, internet, agencia, etc.): Prensa escrita

Nombre (opcional): _____

Medio para el que labora (opcional): _____ /

1. ¿Para qué sirve el periodismo?
2. Como periodista, ¿para quién trabajas?
3. Considerando las diversas formas de comunicación ¿cuál consideras que es el rasgo distintivo del periodismo?
4. ¿El periodismo necesita de códigos de ética? ¿Por qué?
5. ¿El medio para el que trabajas posee un código de ética?
 - 5a. ¿Conoces dicho código?
 - 5b. ¿Qué aspectos resaltarías del código de tu medio?
6. ¿Qué es la ética?
7. ¿Qué propondrías para mejorar el trabajo de la prensa?

1 → Para informar a la sociedad y ser un vehículo entre sociedad y gobierno

2 → PARA la empresa (o empresas) donde trabajo

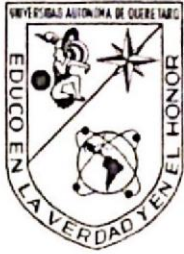
3 = la investigación.

4 = Sí, porque esta profesión, como cualquier otra, debe de servir a la sociedad y hacer que sea un mundo mejor

5 = No

6 = Una serie de valores que rigen una conducta.

7 = Profesionalizar a los periodistas y promover una capacitación continua.



Universidad Autónoma de Querétaro
Maestría en Filosofía Contemporánea Aplicada
Línea: Filosofía Social



Nota: La información recabada en este cuestionario es con fines puramente académicos y será manejada con absoluta discreción; por ello, queda a consideración del encuestado revelar su nombre y el medio para el que trabaja.

Puesto (Reportero, fotógrafo, editor, jefe de información, etc.): reportero

Medio (Prensa escrita, radio, televisión, internet, agencia, etc.): internet

Nombre (opcional): _____

Medio para el que labora (opcional): _____ /

1. ¿Para qué sirve el periodismo?
2. Como periodista, ¿para quién trabajas?
3. Considerando las diversas formas de comunicación ¿cuál consideras que es el rasgo distintivo del periodismo?
4. ¿El periodismo necesita de códigos de ética? ¿Por qué?
5. ¿El medio para el que trabajas posee un código de ética?
 - 5a. ¿Conoces dicho código?
 - 5b. ¿Qué aspectos resaltarías del código de tu medio?
6. ¿Qué es la ética?
7. ¿Qué propondrías para mejorar el trabajo de la prensa?

1.- En teoría sirve para mantener informada a la gente sobre los acontecimientos más destacados, esto de manera veraz y remitiéndose a los hechos, con un sentido crítico.

2. Respondo ante mi empleador, pero el día que se me pida ir contra lo que considero los principios del periodismo dejaré de trabajar. Uno como periodista debe trabajar para la sociedad y por la sociedad, y con "el poder su pluma", hacerla una mejor sociedad.

3.- Que no pierda valores de "impresiones" o puntos de vista.

4.- Sí. Porque luego en la búsqueda de la verdad, los reporteros llegan a manipularla o condicionarla, además de que no se pueden perder los códigos de ética de la conviencia.

5.- No la conozco.

6.- El conjunto de "normas" de conviencia que son mandos en una sociedad, para determinar el comportamiento de los individuos.

7.- Educación para no perderse en el querer "ganar la nota", sobre todo actualmente que la inmediatez de la información es la más importante.



Universidad Autónoma de Querétaro
Maestría en Filosofía Contemporánea Aplicada
Línea: Filosofía Social



Nota: La información recabada en este cuestionario es con fines puramente académicos y será manejada con absoluta discreción; por ello, queda a consideración del encuestado revelar su nombre y el medio para el que trabaja.

Puesto (Reportero, fotógrafo, editor, jefe de información, etc.): Reportero

Medio (Prensa escrita, radio, televisión, internet, agencia, etc.): Prensa Escrita

Nombre (opcional): _____

Medio para el que labora (opcional): _____

1. ¿Para qué sirve el periodismo?
2. Como periodista, ¿para quién trabajas?
3. Considerando las diversas formas de comunicación ¿cuál consideras que es el rasgo distintivo del periodismo?
4. ¿El periodismo necesita de códigos de ética? ¿Por qué?
5. ¿El medio para el que trabajas posee un código de ética?
 - 5a. ¿Conoces dicho código?
 - 5b. ¿Qué aspectos resaltarías del código de tu medio?
6. ¿Qué es la ética?
7. ¿Qué propondrías para mejorar el trabajo de la prensa?

1. Para informar, para denunciar y dar a conocer el lado B de las cosas.

2. Para El Universal

3. Debería ser la investigación

4. No, porque los códigos de ética son subjetivos y muchas investigaciones o información podría molestar a alguien dependiendo sus intereses, dogmas o paradigmas.

5. Sí

5a. ~~Definitivamente~~ No

5b.

6. Normas que dirijan el comportamiento humano

7. Mejores condiciones en todos los sentidos
Mejoras salariales, protección al trabajo periodístico, libertad de expresión, libertad de investigación.



Universidad Autónoma de Querétaro
Maestría en Filosofía Contemporánea Aplicada
Línea: Filosofía Social



Nota: La información recabada en este cuestionario es con fines puramente académicos y será manejada con absoluta discreción, por ello, queda a consideración del encuestado revelar su nombre y el medio para el que trabaja.

Puesto (Reportero, fotógrafo, editor, jefe de información, etc.): reportero

Medio (Prensa escrita, radio, televisión, internet, agencia, etc.): ~~radio~~ ~~televisión~~ ~~internet~~

Nombre (opcional): _____

Medio para el que labora (opcional): _____

1. ¿Para qué sirve el periodismo?
2. Como periodista, ¿para quién trabajas?
3. Considerando las diversas formas de comunicación ¿cuál consideras que es el rasgo distintivo del periodismo?
4. ¿El periodismo necesita de códigos de ética? ¿Por qué?
5. ¿El medio para el que trabajas posee un código de ética?
 - 5a ¿Conoces dicho código?
 - 5b ¿Qué aspectos resaltarías del código de tu medio?
6. ¿Qué es la ética?
7. ¿Qué propondrías para mejorar el trabajo de la prensa?

1- Para dar a conocer la información de lo que acontece tanto en lo político social, cultural, deportiva, ~~etc~~ entre otras.

2- Para la sociedad

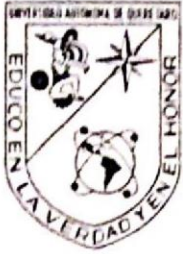
3- Decir la verdad, informar con veracidad a la ciudadanía.

4- Yo considero que si son necesarios, ya que existe una línea muy delgada que en ocasiones al ser cruzada genera conflictos y es debido que la información pudiera ser delicada y debe tratarse con "pincas"

5- Debe ser

6- Es actuar con moral, bajo las costumbres y normas que rigen a la sociedad.

7- A mayor salarios, conser con prestaciones y menos censura, la cual deriva de los "pactos" que forman entre las autoridades y las empresas.



Universidad Autónoma de Querétaro
Maestría en Filosofía Contemporánea Aplicada
Línea: Filosofía Social



Nota: La información recabada en este cuestionario es con fines puramente académicos y será manejada con absoluta discreción, por ello, queda a consideración del encuestado revelar su nombre y el medio para el que trabaja.

Puesto (Reportero, fotógrafo, editor, jefe de información, etc.): Reportera

Medio (Prensa escrita, radio, televisión, internet, agencia, etc.): Prensa y Radio

Nombre (opcional): Arlene Patiño Flores

Medio para el que labora (opcional): El Economista, Radio UAO.

1. ¿Para qué sirve el periodismo?
2. Como periodista, ¿para quién trabajas?
3. Considerando las diversas formas de comunicación ¿cuál consideras que es el rasgo distintivo del periodismo?
4. ¿El periodismo necesita de códigos de ética? ¿Por qué?
5. ¿El medio para el que trabajas posee un código de ética?
 - 5a. ¿Conoces dicho código?
 - 5b. ¿Qué aspectos resaltarías del código de tu medio?
6. ¿Qué es la ética?
7. ¿Qué propondrías para mejorar el trabajo de la prensa?

1 → Para acercar a los gobernados (en un régimen democrático) con sus gobernantes. Es un medio a través del cual se sirve para conocer las necesidades de la población

2 → Para informar a los ciudadanos

3 → Que necesite de una preparación previa, y que se trabaje previamente una información antes de ser publicada. Se le da una difusión a esa información respaldada por un medio confiable.

4 → Sí. Para que no sea tergiversado el fin último que es contar con información veraz y que sirva para empoderar a los ciudadanos

5 → Sí

5a → No

5b → No conozco

6 → Es lo que rige el comportamiento de las personas

7 → Contar con un Colegio de periodistas en el Estado

Que todos los periodistas sean formados con conciencia social. Que haya un cambio de cultura de lo que



Universidad Autónoma de Querétaro
Maestría en Filosofía Contemporánea Aplicada
Línea: Filosofía Social



Nota: La información recabada en este cuestionario es con fines puramente académicos y será manejada con absoluta discreción; por ello, queda a consideración del encuestado revelar su nombre y el medio para el que trabaja.

Puesto (Reportero, fotógrafo, editor, jefe de información, etc.): Reportero

Medio (Prensa escrita, radio, televisión, internet, agencia, etc.): Prensa escrita y radio

Nombre (opcional): Paulina Rizo

Medio para el que labora (opcional): Diario de Querétaro

1. ¿Para qué sirve el periodismo?
2. Como periodista, ¿para quién trabajas?
3. Considerando las diversas formas de comunicación ¿cuál consideras que es el rasgo distintivo del periodismo?
4. ¿El periodismo necesita de códigos de ética? ¿Por qué?
5. ¿El medio para el que trabajas posee un código de ética?
 - 5a. ¿Conoces dicho código?
 - 5b. ¿Qué aspectos resaltarías del código de tu medio?
6. ¿Qué es la ética?
7. ¿Qué propondrías para mejorar el trabajo de la prensa?

1- Para poner a disposición de la sociedad el acontecer de lo sucedido ya sea en su comunidad, y en sitios de mayor lejanía, que pudieran afectar su rotundidad.

2- Como periodista trabajo para la ciudadanía, quienes me leen o escuchan; pero en un sentido laboral para una empresa editorial.

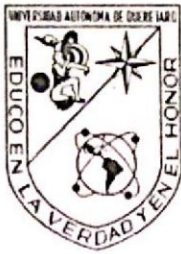
3- La investigación y la utilidad de la información

4- Sí, porque somos un vínculo entre el hecho y el ciudadano, no un juez, por lo que debemos nosotras bajo códigos que guíen nuestro actuar.

5- No lo sé, No lo reconozco.

6- Es respetar y conocer los alcances de lo que es correcto hacer al ejercer el periodismo (en este caso), así como saber aplicar los términos de manera real al escribir.

7- Eliminar vínculos económicos de cualquier tipo que puedan existir entre un medio y una institución u órgano de control gubernamental o de cualquier tipo; proponer un periodismo no oficialista (no declaraciones siempre de funcionarios); periodismo investigación, no de declaración; que sea valorado el trabajo del comunicador o periodista.



Universidad Autónoma de Querétaro
Maestría en Filosofía Contemporánea Aplicada
Línea: Filosofía Social



Nota: La información recabada en este cuestionario es con fines puramente académicos y será manejada con absoluta discreción; por ello, queda a consideración del encuestado revelar su nombre y el medio para el que trabaja.

Puesto (Reportero, fotógrafo, editor, jefe de información, etc.): Reportera

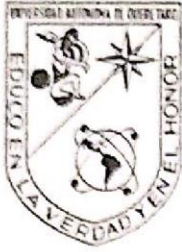
Medio (Prensa escrita, radio, televisión, internet, agencia, etc.): Prensa escrita, radio, internet y agencia

Nombre (opcional): —

Medio para el que labora (opcional): —

1. ¿Para qué sirve el periodismo?
2. Como periodista, ¿para quién trabajas?
3. Considerando las diversas formas de comunicación ¿cuál consideras que es el rasgo distintivo del periodismo?
4. ¿El periodismo necesita de códigos de ética? ¿Por qué?
5. ¿El medio para el que trabajas posee un código de ética?
 - 5a. ¿Conoces dicho código?
 - 5b. ¿Qué aspectos resaltarías del código de tu medio?
6. ¿Qué es la ética?
7. ¿Qué propondrías para mejorar el trabajo de la prensa?

1. Para informar a la población sobre temas de interés y para ser ese enlace entre la sociedad y el gobierno, sobre demandas, denuncias y peticiones por parte de los ciudadanos.
2. Hablando laboralmente para mi empresa / como profesional para la sociedad.
3. Información de primera mano.
4. Res se sabe que existen, aunque a mi parecer es: depende de cada uno, hoy en día hay que recordar que quienes manejan los medios son empresarios y no periodistas, entonces la ética debería ser para ellos.
5. No (trabajo en dos) y hasta donde tengo compromiso no lo hay de forma física, aunque en ambas me piden ser objetiva y cuidar el perfil para que no sean "publinotas".
6. Es la moral y como uno se sigue por la vida (comportamiento, pues)
7. Un mejor salario y prestaciones



Universidad Autónoma de Querétaro
Maestría en Filosofía Contemporánea Aplicada
Línea: Filosofía Social



Nota: La información recabada en este cuestionario es con fines puramente académicos y será manejada con absoluta discreción; por ello, queda a consideración del encuestado revelar su nombre y el medio para el que trabaja.

Puesto (Reportero, fotógrafo, editor, jefe de información, etc.): Jefe de Información

Medio (Prensa escrita, radio, televisión, internet, agencia, etc.): Radio, internet.

Nombre (opcional): _____

Medio para el que labora (opcional): _____

1. ¿Para qué sirve el periodismo?
2. Como periodista, ¿para quién trabajas?
3. Considerando las diversas formas de comunicación ¿cuál consideras que es el rasgo distintivo del periodismo?
4. ¿El periodismo necesita de códigos de ética? ¿Por qué?
5. ¿El medio para el que trabajas posee un código de ética?
 - 5a. ¿Conoces dicho código?
 - 5b. ¿Qué aspectos resaltarías del código de tu medio?
6. ¿Qué es la ética?
7. ¿Qué propondrías para mejorar el trabajo de la prensa?

1. Para informar a las personas, hacerlos reaccionar ante lo que sucede en su entorno. Somos el vínculo entre el ciudadano y el gobierno.

2. Trabajo primero para mi empresa pero también y por supuesto para los ciudadanos.

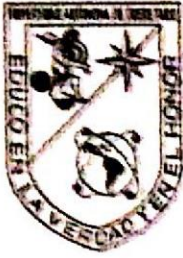
3. El periodismo se distingue por ser información veraz, objetiva, investigada, real.

4. Si, para regular los vicios.

5. No, hace falta uno.

6. La ética para mí es un valor profesional en cualquier área. Es como debes y sobre qué valores debes moverte.

7. Capacitación a periodistas, conformación de cuerpos oficiales de periodistas, códigos



Universidad Autónoma de Querétaro
Maestría en Filosofía Contemporánea Aplicada
Línea: Filosofía Social



Nota: La información recabada en este cuestionario es con fines puramente académicos y será manejada con absoluta discreción; por ello, queda a consideración del encuestado revelar su nombre y el medio para el que trabaja.

Puesto (Reportero, fotógrafo, editor, jefe de información, etc.): Reportero

Medio (Prensa escrita, radio, televisión, internet, agencia, etc.): Televisión

Nombre (opcional): Magacanal Rafael Carracho

Medio para el que labora (opcional): Magacanal

1. ¿Para qué sirve el periodismo?
2. Como periodista, ¿para quién trabajas?
3. Considerando las diversas formas de comunicación ¿cuál consideras que es el rasgo distintivo del periodismo?
4. ¿El periodismo necesita de códigos de ética? ¿Por qué?
5. ¿El medio para el que trabajas posee un código de ética?
 - 5a. ¿Conoces dicho código?
 - 5b. ¿Qué aspectos resaltarías del código de tu medio?
6. ¿Qué es la ética?
7. ¿Qué propondrías para mejorar el trabajo de la prensa?

1- Para informar de manera objetiva y subjetiva sobre aquellos acontecimientos que ocurren en la vida diaria y que están lejos del ciudadano de a pie, mediante investigaciones más completas

2- Para la sociedad, aunque los medios en ocasiones obedecen intereses comerciales

3- La exactitud con que se maneja la información

4- Si, porque si no lo tiene, la información y la profesión como tal se deteriora

5- Decencia. Aunque el código de ética lo transmite y ejerce una misma

6- Es el buen comportamiento, honestidad y profesionalismo con el que te desenvuelvas en tu labor, poniendo por encima el valor del periodismo que los intereses personales o comerciales

7- Una legislación para el periodismo

Mis mismo en el gremio

Penalizar el periodismo de investigación antes que la nota diaria



Universidad Autónoma de Querétaro
Maestría en Filosofía Contemporánea Aplicada
Línea: Filosofía Social



Nota: La información recabada en este cuestionario es con fines puramente académicos y será manejada con absoluta discreción; por ello, queda a consideración del encuestado revelar su nombre y el medio para el que trabaja

Puesto (Reportero, fotógrafo, editor, jefe de información, etc.): Fotógrafo.

Medio (Prensa escrita, radio, televisión, internet, agencia, etc.): _____

Nombre (opcional): _____

Medio para el que labora (opcional): _____

1. ¿Para qué sirve el periodismo?
2. Como periodista, ¿para quién trabajas?
3. Considerando las diversas formas de comunicación ¿cuál consideras que es el rasgo distintivo del periodismo?
4. ¿El periodismo necesita de códigos de ética? ¿Por qué?
5. ¿El medio para el que trabajas posee un código de ética?
 - 5a. ¿Conoces dicho código?
 - 5b. ¿Que aspectos resaltarías del código de tu medio?
6. ¿Qué es la ética?
7. ¿Qué propondrías para mejorar el trabajo de la prensa?

1- Brindar información a la ciudadanía y publicar aquello que alguien no quiere que se publique.

2- Idealmente para la sociedad sin embargo existe una línea editorial que limita el trabajo hacia la ciudadanía y el periodista termina siendo un empleado con un jefe al cual responde.

3- Dice en la libertad y la verdad.

4- Si los requiere para reportar a los protagonistas de la información y no desvirtuarla o inventar noticias.

5- Creo que si con la desconexión.

6- La conducta del individuo guiado a la moralidad y la verdad.

7- Unidad de los diferentes departamentos y entender que quienes trabajamos en medios somos temporales enfocarse en la labor particular sin desvirtuar el trabajo del resto de las áreas del medio.



Universidad Autónoma de Querétaro
Maestría en Filosofía Contemporánea Aplicada
Línea: Filosofía Social



Nota: La información recabada en este cuestionario es con fines puramente académicos y será manejada con absoluta discreción; por ello, queda a consideración del encuestado revelar su nombre y el medio para el que trabaja.

Puesto (Reportero, fotógrafo, editor, jefe de información, etc.): Reportero

Medio (Prensa escrita, radio, televisión, internet, agencia, etc.): Prensa escrita

Nombre (opcional): Cecilia Conde

Medio para el que labora (opcional): _____ /

1. ¿Para qué sirve el periodismo?
2. Como periodista, ¿para quién trabajas?
3. Considerando las diversas formas de comunicación ¿cuál consideras que es el rasgo distintivo del periodismo?
4. ¿El periodismo necesita de códigos de ética? ¿Por qué?
5. ¿El medio para el que trabajas posee un código de ética?
 - 5a. ¿Conoces dicho código?
 - 5b. ¿Qué aspectos resaltarías del código de tu medio?
6. ¿Qué es la ética?
7. ¿Qué propondrías para mejorar el trabajo de la prensa?

1: Para informar a la sociedad de lo que ocurre en diversos ámbitos
 2: Para la sociedad y mi medio
 3: La precisión con la que se transmiten las noticias
 4: Si, porque hay algunas normas bajo las que se debe regir los periodistas, considerando la ética como base de las actividades que realizan en su ejercicio, ya que actualmente se han puesto en práctica acciones que no deberían existir.
 5: La ~~ética~~ si tenemos, si. El respeto, responsabilidad para informar de manera objetiva.
 6: Es en lo que se basa para realizar su trabajo de manera que haya respeto por la profesión que realizan como lo practican y como de maneja ante los demás
 7: Alas informando sobre qué es el periodismo, con los usos de práctica se va aludido cual es el objetivo desde diversos autores- además de mejorar las condiciones laborales de los periodistas



Universidad Autónoma de Querétaro
Maestría en Filosofía Contemporánea Aplicada
Línea: Filosofía Social



Nota: La información recabada en este cuestionario es con fines puramente académicos y será manejada con absoluta discreción, por ello, queda a consideración del encuestado revelar su nombre y el medio para el que trabaja.

Puesto (Reportero, fotógrafo, editor, jefe de información, etc.): Reportero

Medio (Prensa escrita, radio, televisión, internet, agencia, etc.): Uno TV

Nombre (opcional): Angel Zolvar Ramirez Gtz

Medio para el que labora (opcional): Uno TV

1. ¿Para qué sirve el periodismo?
2. Como periodista, ¿para quién trabajas?
3. Considerando las diversas formas de comunicación ¿cuál consideras que es el rasgo distintivo del periodismo?
4. ¿El periodismo necesita de códigos de ética? ¿Por qué?
5. ¿El medio para el que trabajas posee un código de ética?
 - 5a. ¿Conoces dicho código?
 - 5b. ¿Qué aspectos resaltarías del código de tu medio?
6. ¿Qué es la ética?
7. ¿Qué propondrías para mejorar el trabajo de la prensa?

R1- Serve para dar a conocer la información de interés público, ya sea proveniente de investigaciones así como alguna de las o informaciones oficiales.

R2- Unos agencias de derecho que trabaja para medios como UnoTV, Xubuy y Teleamado, Univisión.

R3- El periodismo informa de los acontecimientos que tienen incidencias directa o indirectamente en el público, investiga y da a conocer cosas que generalmente la parte oficial no quiere que se sepa por que afecta sus intereses, el periodismo critica, cuestiona, argumenta, indaga.

R4- Si, ya que muchas veces es utilizado como medio de extorsión, además puede afectar a las personas al revelar cosas de su vida privada que no son de interés público, así como la otorgación de recursos públicos a ciertos medios de comunicación.

S- SI, Si- SI, Sb- Veracidad, objetividad, compromiso social.

R6- La ética en el periodismo es la integridad, el trabajo duro, investigación para su mayor información, es no mentir o tergiversar la información, no extorsionar ni recibir dádivas o cambio de información.

R7- Salarios dignos, prácticas de ley, ley de protección, profesionalizar sus ejercer.



Universidad Autónoma de Querétaro
Maestría en Filosofía Contemporánea Aplicada
Línea: Filosofía Social



Nota: La información recabada en este cuestionario es con fines puramente académicos y será manejada con absoluta discreción; por ello, queda a consideración del encuestado revelar su nombre y el medio para el que trabaja.

Puesto (Reportero, fotógrafo, editor, jefe de información, etc.): Columnista

Medio (Prensa escrita, radio, televisión, internet, agencia, etc.): Televisión

Nombre (opcional): Alejandro Sánchez

Medio para el que labora (opcional): Megacanal

1. ¿Para qué sirve el periodismo?
2. Como periodista ¿para quién trabajas?
3. Considerando las diversas formas de comunicación ¿cuál consideras que es el rasgo distintivo del periodismo?
4. ¿El periodismo necesita de códigos de ética? ¿Por qué?
5. ¿El medio para el que trabajas posee un código de ética?
 - 5a. ¿Conoces dicho código?
 - 5b. ¿Qué aspectos resaltarías del código de tu medio?
6. ¿Qué es la ética?
7. ¿Qué propondrías para mejorar el trabajo de la prensa?

- 1- Para informar a la sociedad, investigar profundamente y delimitar la información para hacerla llegar a la sociedad.
- 2- Para mí, para mi satisfacción, pues al plasmar con imágenes, busco que las personas vivan y se sientan como si estuvieran ahí presentes. Si yo no lo disfruto como lo voy a transmitir?
- 3- el rasgo distintivo del periodismo es el de informar bajo el lema de la ética, buscando siempre ir por la verdad.
- 4- Si claro que sí, pues en base a eso es que se busca que la información no este distorsionada.
- 5- si trato de no ser manipulado ni bajar la información todo que esto se modifique.
- 6- Si se cubren y dar la información lo más concreta y real sin distorsiones ni influencias.
- 7- Ser neutral, decidido y seguro de lo que se quiere informar.



Universidad Autónoma de Querétaro
Maestría en Filosofía Contemporánea Aplicada
Línea: Filosofía Social



Nota: La información recabada en este cuestionario es con fines puramente académicos y será manejada con absoluta discreción; por ello, queda a consideración del encuestado revelar su nombre y el medio para el que trabaja.

Puesto (Reportero, fotógrafo, editor, jefe de información, etc.): Reportero independiente

Medio (Prensa escrita, radio, televisión, internet, agencia, etc.): Televisión

Nombre (opcional): _____

Medio para el que labora (opcional): _____

1. ¿Para qué sirve el periodismo?
2. Como periodista, ¿para quién trabajas?
3. Considerando las diversas formas de comunicación ¿cuál consideras que es el rasgo distintivo del periodismo?
4. ¿El periodismo necesita de códigos de ética? ¿Por qué?
5. ¿El medio para el que trabajas posee un código de ética?
5a. ¿Conoces dicho código?
5b. ¿Qué aspectos resaltarías del código de tu medio?
6. ¿Qué es la ética?
7. ¿Qué propondrías para mejorar el trabajo de la prensa?

1.- es una ventura para que las ciudades mas allá del entorno que les rodea

2.-
3.- un conocimiento mas amplio del entorno social, que permite forjar a cambios en ciertos momentos y aspectos

4.- si, la información es poder y requiere ética y criterio para su aplicación correcta

5.- si, si lo conozca, la importancia de respetar el poder de la información
6.- las reglas de respetar un uso correcto de las capacidades con que contamos en beneficio de la sociedad

7.- como en tales las medidas aumentan las libertades de investigar y tratar temas



Universidad Autónoma de Querétaro
Maestría en Filosofía Contemporánea Aplicada
Línea: Filosofía Social



Nota: La información recabada en este cuestionario es con fines puramente académicos y será manejada con absoluta discreción por ello, queda a consideración del encuestado revelar su nombre y el medio para el que trabaja.

Puesto (Reportero, fotógrafo, editor, jefe de información, etc.): Reportero

Medio (Prensa escrita, radio, televisión, internet, agencia, etc.): Radar

Nombre (opcional): Luzma Espinoza

Medio para el que labora (opcional): Radar

1. ¿Para qué sirve el periodismo?
2. Como periodista ¿para quién trabajas?
3. Considerando las diversas formas de comunicación ¿cuál consideras que es el rasgo distintivo del periodismo?
4. ¿El periodismo necesita de códigos de ética? ¿Por qué?
5. ¿El medio para el que trabajas posee un código de ética?
5a. ¿Conoces dicho código?
5b. ¿Qué aspectos resaltarías del código de tu medio?
6. ¿Qué es la ética?
7. ¿Qué propondrías para mejorar el trabajo de la prensa?

- ① Para ayudar a mejorar el entorno social, buscando informar, educar y denunciar.
- ② ~~Quisiera trabajar para la sociedad, pero~~ trabajo para las redes del poder.
- ③ Buscar llegar al mayor número de personas con un lenguaje claro, haciendo reflexionar a la audiencia.
- ④ Sí, para poder servir a la sociedad de una manera congruente y veraz.
- ⑤ No.
- ⑥ Es actuar con congruencia, empatía y objetivos claros respetando la integridad de las y los otros buscando aportar de manera positiva a construir una mejor sociedad.
- ⑦ Que las empresas respeten los derechos laborales y que se transparenten los "acuerdos de publicidad" para que exista una verdadera libertad de prensa y expresión.



Universidad Autónoma de Querétaro
Maestría en Filosofía Contemporánea Aplicada
Línea: Filosofía Social



Nota: La información recabada en este cuestionario es con fines puramente académicos y será manejada con absoluta discreción; por ello, queda a consideración del encuestado revelar su nombre y el medio para el que trabaja.

Puesto (Reportero, fotógrafo, editor, jefe de información, etc.): Jefe de Información/reportero

Medio (Prensa escrita, radio, televisión, internet, agencia, etc.): Prensa

Nombre (opcional): María Chávez Castañeda

Medio para el que labora (opcional): Tribuna / La Jornada

1. ¿Para qué sirve el periodismo?
2. Como periodista, ¿para quién trabajas?
3. Considerando las diversas formas de comunicación ¿cuál consideras que es el rasgo distintivo del periodismo?
4. ¿El periodismo necesita de códigos de ética? ¿Por qué?
5. ¿El medio para el que trabajas posee un código de ética?
 - 5a. ¿Conoces dicho código?
 - 5b. ¿Qué aspectos resaltarías del código de tu medio?
6. ¿Qué es la ética?
7. ¿Qué propondrías para mejorar el trabajo de la prensa?

1) Para brindar información que sea de utilidad para quien la recibe y que le permita generar opinión y hacer conciencia sobre los diferentes ámbitos de la vida que le permite tomar decisiones.

2) Es el ideal para los ciudadanos pero en la práctica es para las empresas o instituciones a las que se trabaja y ampliten un pago por desarrollar esta actividad.

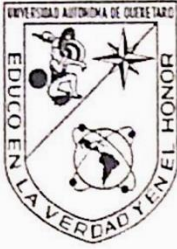
3) Hacer conciencia a través de la información que se presenta que le permite tomar decisiones.

4) Sí, porque debe existir un esquema en el que se debe basar el medio de comunicación y el periodista para presentar la información y todo lo que conlleva.

5) No

6) Es decisión sobre cómo actuar ante un suceso complicado. Decidir entre lo que se puede considerar lo correcto o no.

7) Regular los estándares de ética de el recurso



Universidad Autónoma de Querétaro
Maestría en Filosofía Contemporánea Aplicada
Línea: Filosofía Social



Nota: La información recabada en este cuestionario es con fines puramente académicos y será manejada con absoluta discreción, por ello, queda a consideración del encuestado revelar su nombre y el medio para el que trabaja.

Puesto (Reportero, fotógrafo, editor, jefe de información, etc.): Reportero

Medio (Prensa escrita, radio, televisión, internet, agencia, etc.): prensa escrita

Nombre (opcional): Yuritza Navarro

Medio para el que labora (opcional): El Universal Querétano

1. ¿Para qué sirve el periodismo?
2. Como periodista, ¿para quién trabajas?
3. Considerando las diversas formas de comunicación ¿cuál consideras que es el rasgo distintivo del periodismo?
4. ¿El periodismo necesita de códigos de ética? ¿Por qué?
5. ¿El medio para el que trabajas posee un código de ética?
 - 5a. ¿Conoces dicho código?
 - 5b. ¿Qué aspectos resaltarías del código de tu medio?
6. ¿Qué es la ética?
7. ¿Qué propondrías para mejorar el trabajo de la prensa?

- ① Es una extensión de los ciudadanos, permite el equilibrio entre los grupos de poder y las desigualdades; vigilante de que las leyes se cumplan, pero también una herramienta para mostrar realidades, historias que ayudan a reflexionar sobre la vida diaria.
- ② Como empleado debo estar a las órdenes de un jefe y su editorial, de manera personal me gusta indagar sobre intereses personales y sociales.
- ③ El humanismo, es la rama que humaniza a las personas al darles voz.
- ④ Si el periodismo está en una línea delgada que puede llegar a la extorsión, tiene que haber reglas claras del actuar del periodista.
- ⑤ Sí. A: Sí. B: No especular sobre información, pensar en la dignidad de las personas.
- ⑥ Un código que rige el comportamiento humano y profesional para no transgredir la dignidad propia y de terceros.
- ⑦ Partir de la desvinculación de contratos de publicidad gubernamentales con medios; generar condiciones laborales dignas para los trabajadores periodistas.



Universidad Autónoma de Querétaro
Maestría en Filosofía Contemporánea Aplicada
Línea: Filosofía Social



Nota: La información recabada en este cuestionario es con fines puramente académicos y será manejada con absoluta discreción, por ello, queda a consideración del encuestado revelar su nombre y el medio para el que trabaja.

Puesto (Reportero, fotógrafo, editor, jefe de información, etc.): Fotógrafo
Medio (Prensa escrita, radio, televisión, internet, agencia, etc.): Prensa escrita
Nombre (opcional): _____
Medio para el que labora (opcional): Periodico a m

1. ¿Para qué sirve el periodismo?
2. Como periodista, ¿para quién trabajas?
3. Considerando las diversas formas de comunicación ¿cuál consideras que es el rasgo distintivo del periodismo?
4. ¿El periodismo necesita de códigos de ética? ¿Por qué?
5. ¿El medio para el que trabajas posee un código de ética?
 - 5a. ¿Conoces dicho código?
 - 5b. ¿Qué aspectos resaltarías del código de tu medio?
6. ¿Qué es la ética?
7. ¿Qué propondrías para mejorar el trabajo de la prensa?

1- Para informar, documentar y trascender en la historia.
2- Para la gente (Receptor), para que pueda darle una lectura visual a la información y conocer los hechos.
3- El periodismo debe ser como un médico alivista, curar (informar) sin distinción y sin espionaje a cambio.
4- Si, porque se está informando a las personas y se debe de hablar con la verdad, así como los blogueros no deben ser atados.
5- Si lo tiene, pero no lo conoce.
6- Hablar y decir la verdad en lo que se informa y trabajar con profesionalismo.
7- Código de voluntades, que no corran en los eventos, que no faltar al respeto a personas, colegios de periodistas, evaluaciones, curar, actualización.



Universidad Autónoma de Querétaro
Maestría en Filosofía Contemporánea Aplicada
Línea: Filosofía Social



Nota: La información recabada en este cuestionario es con fines puramente académicos y será manejada con absoluta discreción; por ello, queda a consideración del encuestado revelar su nombre y el medio para el que trabaja.

Puesto (Reportero, fotógrafo, editor, jefe de información, etc.): Reportero

Medio (Prensa escrita, radio, televisión, internet, agencia, etc.): Magazine y Cyp

Nombre (opcional): Ricardo Morales

Medio para el que labora (opcional): _____

1. ¿Para qué sirve el periodismo?
2. Como periodista, ¿para quién trabajas?
3. Considerando las diversas formas de comunicación ¿cuál consideras que es el rasgo distintivo del periodismo?
4. ¿El periodismo necesita de códigos de ética? ¿Por qué?
5. ¿El medio para el que trabajas posee un código de ética?
 - 5a. ¿Conoces dicho código?
 - 5b. ¿Qué aspectos resaltarías del código de tu medio?
6. ¿Qué es la ética?
7. ¿Qué propondrías para mejorar el trabajo de la prensa?

1- Para informar, con opción de tener línea editorial. Es decir, la información existe bajo diferentes tendencias y cada persona decide a través de qué medio se informa.

2- Trabajo para empresarios cuyos ingresos (en su mayor parte surgen del presupuesto público).

3- Toda personalidad, educación o experiencia propia influye en la manera de informar; así que todo periodista cuando escribe deja plasmado algún tipo de prejuicio. Esto es precisamente lo que lo distingue de otros cuando es leído.

4- Sí, pero cada persona puede tener su propio código, cada quien sabe en donde lo que quiere que la gente lea o vea.

5- Algunos dicen tener libertad de publicar "lo que sea" pero se rigen bajo un mismo "código", el aspecto comercial.



Universidad Autónoma de Querétaro
Maestría en Filosofía Contemporánea Aplicada
Línea: Filosofía Social



Nota: La información recabada en este cuestionario es con fines puramente académicos y será manejada con absoluta discreción; por ello, queda a consideración del encuestado revelar su nombre y el medio para el que trabaja.

Puesto (Reportero, fotógrafo, editor, jefe de información, etc.): Jefa de información

Medio (Prensa escrita, radio, televisión, internet, agencia, etc.): Radio

Nombre (opcional): _____

Medio para el que labora (opcional): _____

1. ¿Para qué sirve el periodismo?
2. Como periodista, ¿para quién trabajas?
3. Considerando las diversas formas de comunicación ¿cuál consideras que es el rasgo distintivo del periodismo?
4. ¿El periodismo *necesita* de códigos de ética? ¿Por qué?
5. ¿El medio para el que trabajas posee un código de ética?
 - 5a. ¿Conoces dicho código?
 - 5b. ¿Qué aspectos resaltarías del código de tu medio?
6. ¿Qué es la ética?
7. ¿Qué propondrías para mejorar el trabajo de la prensa?

1. Para ser un puente entre sociedad y Gobierno y/o organizaciones
2. A veces p/ el ciudadano, en la mayoría p/ el medio
3. (Me parece que no lo distingue, finalmente el periodismo busca "vender" algo.
4. Si, porque no sirve para "servir" al ciudadano.
5. No
6. Hacer lo correcto,
7. Mejores sueldos p/ trabajadores de medios, establecer código de ética y retomar el trabajo periodístico.



Universidad Autónoma de Querétaro
Maestría en Filosofía Contemporánea Aplicada
Línea: Filosofía Social



Nota: La información recabada en este cuestionario es con fines puramente académicos y será manejada con absoluta discreción; por ello, queda a consideración del encuestado revelar su nombre y el medio para el que trabaja.

Puesto (Reportero, fotógrafo, editor, jefe de información, etc.): REPORTERO

Medio (Prensa escrita, radio, televisión, internet, agencia, etc.): TV E INTERNET

Nombre (opcional): ALEX NIETO

Medio para el que labora (opcional): CÓDICE INFORMATIVO

1. ¿Para qué sirve el periodismo?
2. Como periodista, ¿para quién trabajas?
3. Considerando las diversas formas de comunicación ¿cuál consideras que es el rasgo distintivo del periodismo?
4. ¿El periodismo necesita de códigos de ética? ¿Por qué?
5. ¿El medio para el que trabajas posee un código de ética?
 - 5a. ¿Conoces dicho código?
 - 5b. ¿Qué aspectos resaltarías del código de tu medio?
6. ¿Qué es la ética?
7. ¿Qué propondrías para mejorar el trabajo de la prensa?

1: SER EL ENLACE ENTRE CIUDADANOS Y AUTORIDADES, ADemás DE INFORMAR Y ENTRETENER

2: PARA LOS CIUDADANOS Y LA EMPRESA QUE ME PAGA

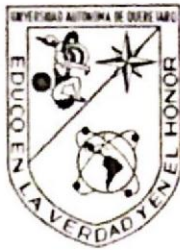
3: CABEZAS SENSACIONALISTAS Y AMARILLISMO EN GRAN PARTE

4: SI, PARA MODERAR CONTENIDOS Y REGULAR LAS NOTIAS

5: SI, LO CONOZCO, CUIDA MUCHO EL RESPETO MUTUO Y LA COMPROBACION DE DATOS QUE SEDAN A CONOCER

6: EL DEBER SER, EL SER EQUITATIVO Y JUSTO

7: QUE NO SE DE PRIORIDAD EN ALCUNOS CASOS A LOS POLITICOS.



Universidad Autónoma de Querétaro
Maestría en Filosofía Contemporánea Aplicada
Línea: Filosofía Social



Nota: La información recabada en este cuestionario es con fines puramente académicos y será manejada con absoluta discreción; por ello, queda a consideración del encuestado revelar su nombre y el medio para el que trabaja.

Puesto (Reportero, fotógrafo, editor, jefe de información, etc.): Fotógrafo

Medio (Prensa escrita, radio, televisión, internet, agencia, etc.): Agencia

Nombre (opcional): _____

Medio para el que labora (opcional): _____

1. ¿Para qué sirve el periodismo?
2. Como periodista, ¿para quién trabajas?
3. Considerando las diversas formas de comunicación ¿cuál consideras que es el rasgo distintivo del periodismo?
4. ¿El periodismo necesita de códigos de ética? ¿Por qué?
5. ¿El medio para el que trabajas posee un código de ética?
 5a. ¿Conoces dicho código?
 5b. ¿Qué aspectos resaltarías del código de tu medio?
6. ¿Qué es la ética?
7. ¿Qué propondrías para mejorar el trabajo de la prensa?

1 - Para Comunicar e Informar a la Sociedad
 2 - Para una sociedad difunta, que consume cierta
 u formación
 3 - las relaciones de poder - sociedad
 4 - De preferencia, regularía ciertos comportamientos
 y tal vez transparentaría las relaciones gobierno
 medios
 5 - Una mínimo
 5a - Si
 5b - Respeto a vidas privadas
 6 - Valores morales, normas de comportamiento
 códigos de respeto
 7 - Mejores salarios, más capacitación en
 temas de las nuevas tecnologías y profesores
 más actualizados



Universidad Autónoma de Querétaro
 Maestría en Filosofía Contemporánea Aplicada
 Línea: Filosofía Social



Nota: La información recabada en este cuestionario es con fines puramente académicos y será manejada con absoluta discreción; por ello, queda a consideración del encuestado revelar su nombre y el medio para el que trabaja.

Puesto (Reportero, fotógrafo, editor, jefe de información, etc.): Reportero
 Medio (Prensa escrita, radio, televisión, internet, agencia, etc.): radio
 Nombre (opcional): Guadalupe Jimenez
 Medio para el que labora (opcional): Exa FM 95.5

1. ¿Para qué sirve el periodismo?
2. Como periodista ¿para quién trabajas?
3. Considerando las diversas formas de comunicación ¿cuál consideras que es el rasgo distintivo del periodismo?
4. ¿El periodismo necesita de códigos de ética? ¿Por qué?
5. ¿El medio para el que trabajas posee un código de ética?
 - 5a. ¿Conoces dicho código?
 - 5b. ¿Qué aspectos resaltarías del código de tu medio?
6. ¿Qué es la ética?
7. ¿Qué propondrías para mejorar el trabajo de la prensa?

1. Es la forma en la que se da a conocer los acontecimientos más relevantes de interés social, con un enfoque objetivo, crítico y de utilidad.

2. Para el ciudadano, en teoría, pero también para una empresa y sus intereses.

3. la prensa escrita

4. Si, porque maneja información que afecta directamente a otro ser social.

5a. Si

5b. No, pero nos guiamos bajo la premisa de dar voz a todas las voces. que se involucran en un hecho, para que el radioescucha genere una reflexión

6. Es la ciencia que estudia el comportamiento social basada en principios y valores.

7. Sobre el sueldo



Universidad Autónoma de Querétaro
Maestría en Filosofía Contemporánea Aplicada
Línea: Filosofía Social



Nota: La información recabada en este cuestionario es con fines puramente académicos y será manejada con absoluta discreción; por ello, queda a consideración del encuestado revelar su nombre y el medio para el que trabaja.

Puesto (Reportero, fotógrafo, editor, jefe de información, etc.): fotógrafo
Medio (Prensa escrita, radio, televisión, internet, agencia, etc.): Prensa escrita/internet/tv.
Nombre (opcional): María Fernanda Ortiz Sánchez
Medio para el que labora (opcional): Periodico AM.

1. ¿Para qué sirve el periodismo?
2. Como periodista, ¿para quién trabajas?
3. Considerando las diversas formas de comunicación ¿cuál consideras que es el rasgo distintivo del periodismo?
4. ¿El periodismo *necesita* de códigos de ética? ¿Por qué?
5. ¿El medio para el que trabajas posee un código de ética?
 - 5a. ¿Conoces dicho código?
 - 5b. ¿Qué aspectos resaltarías del código de tu medio?
6. ¿Qué es la ética?
7. ¿Qué propondrías para mejorar el trabajo de la prensa?

1- Para informar a la ciudadanía de los hechos de interés público

2- En el supuesto -y sería lo ideal- para uno mismo y los ciudadanos en general.

3- Informar sobre lo que "incómodo" a alguien o lo que no quiere ser conocido a la vez.

4- Si necesita códigos de ética, porque sino unos podrían sobre otros para conseguir "la nota" o violación privacidad/derechos.

5- Ser parciales y no maximamente objetivas

6- La civilidad y el respeto en general. Los normas y derechos para una "convivencia" sana

7- Mayor libertad y que no sea ^{modo} más que una extensión de comunicación social.

- Cuestionar más.

- Mayor abertura.



Universidad Autónoma de Querétaro
Maestría en Filosofía Contemporánea Aplicada
Línea: Filosofía Social



Nota: La información recabada en este cuestionario es con fines puramente académicos y será manejada con absoluta discreción; por ello, queda a consideración del encuestado revelar su nombre y el medio para el que trabaja.

Puesto (Reportero, fotógrafo, editor, jefe de información, etc.): Reportero
Medio (Prensa escrita, radio, televisión, internet, agencia, etc.): Prensa Escrita
Nombre (opcional): _____
Medio para el que labora (opcional): El Universal

1. ¿Para qué sirve el periodismo?
2. Como periodista, ¿para quién trabajas?
3. Considerando las diversas formas de comunicación ¿cuál consideras que es el rasgo distintivo del periodismo?
4. ¿El periodismo necesita de códigos de ética? ¿Por qué?
5. ¿El medio para el que trabajas posee un código de ética?
 - 5a. ¿Conoces dicho código?
 - 5b. ¿Qué aspectos resaltarías del código de tu medio?
6. ¿Qué es la ética?
7. ¿Qué propondrías para mejorar el trabajo de la prensa?

- ① Para informar a la sociedad sobre los acontecimientos que nos rodean
- ② Trabajo para un medio de comunicación que se supone, tiene el objetivo de informar de manera clara y objetiva.
- ③ El periodismo en la actualidad ha sido rebasado ~~rebasado~~ por las nuevas tecnologías, pues ahora todos creen que con un móvil y con acceso al internet pueden hacer un trabajo periodístico, y no es que no se pueda, solo que también para eso se necesitan bases.
- ④ Si. Porque si no los hay, ~~es~~ el periodismo pierde su esencia y su objetivo
- ⑤ Si. ~~5A~~ → Si
5B → Objetividad
- ⑥ Es -Hasta cierto punto- el sentido común, tratando de no ofender ni hacer con dolo alguna acción.
- ⑦ Cursos y Capacitaciones



Universidad Autónoma de Querétaro
 Maestría en Filosofía Contemporánea Aplicada
 Línea: Filosofía Social

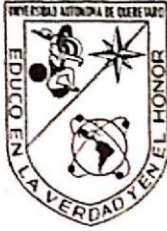


Nota: La información recabada en este cuestionario es con fines puramente académicos y será manejada con absoluta discreción, por ello, queda a consideración del encuestado revelar su nombre y el medio para el que trabaja.

Puesto (Reportero, fotógrafo, editor, jefe de información, etc.): fotógrafo
 Medio (Prensa escrita, radio, televisión, internet, agencia, etc.): general
 Nombre (opcional): Gael Vega
 Medio para el que labora (opcional): _____

1. ¿Para qué sirve el periodismo?
2. Como periodista, ¿para quién trabajas?
3. Considerando las diversas formas de comunicación ¿cuál consideras que es el rasgo distintivo del periodismo?
4. ¿El periodismo necesita de códigos de ética? ¿Por qué?
5. ¿El medio para el que trabajas posee un código de ética?
 5a. ¿Conoces dicho código?
 5b. ¿Qué aspectos resaltarías del código de tu medio?
6. ¿Qué es la ética?
7. ¿Qué propondrías para mejorar el trabajo de la prensa?

1- delibera y poner en libertad la opinión dentro una
Sociedad
 2- Para el bien de una sociedad y su propio.
 3- _____
 4- son esenciales para información eficaz y real
 5- lealtad y honestidad
 6- uno a los chaquetos"
 7- mejorar la eficacia de la evidencia social.



Universidad Autónoma de Querétaro
Maestría en Filosofía Contemporánea Aplicada
Línea: Filosofía Social



Nota: La información recabada en este cuestionario es con fines puramente académicos y será manejada con absoluta discreción; por ello, queda a consideración del encuestado revelar su nombre y el medio para el que trabaja.

Puesto (Reportero, fotógrafo, editor, jefe de información, etc.): reportera
Medio (Prensa escrita, radio, televisión, internet, agencia, etc.): escrita e internet
Nombre (opcional): Ulriana Estrella
Medio para el que labora (opcional): El Cronista / La Silbata

1. ¿Para qué sirve el periodismo?
2. Como periodista, ¿para quién trabajas?
3. Considerando las diversas formas de comunicación ¿cuál consideras que es el rasgo distintivo del periodismo?
4. ¿El periodismo necesita de códigos de ética? ¿Por qué?
5. ¿El medio para el que trabajas posee un código de ética?
 - 5a. ¿Conoces dicho código?
 - 5b. ¿Qué aspectos resaltarías del código de tu medio?
6. ¿Qué es la ética?
7. ¿Qué propondrías para mejorar el trabajo de la prensa?

1: El periodismo sirve como una forma de comunicación, a través de la cual la ciudadanía puede mantenerse informada en relación con el acontecer diario; pero también puede fungir como un canal para colocar en la agenda pública temas de relevancia social.

2: Es una primera instancia para un medio de comunicación.

3:

5: Si, me comentaron que existe, pero no lo conozco.

4: Si, sin duda es necesario implementar códigos de ética, cada que - considero - se ha devaluado el ejercicio de la profesión. →

BIBLIOGRAFÍA

- Amador, D. (Abril de 2013). *Jacobo Zabłudovsky: Con Dios y con el diablo*. Obtenido de diez4.com:
<http://diez4.com/2013/jacobo-zabludovsky-con-dios-y-con-el-diablo/>
- Aznar, H. (1996). El compromiso ético de las empresas de comunicación : la función de los principios editoriales. *Comunicación y Estudios Universitarios No. 6*, 119-128.
- Aznar, H. (2004). Los códigos éticos del periodismo y la responsabilidad de los profesionales. *Razón y Palabra No. 40*.
- Aznar, H. (2005). *Ética de la comunicación y nuevos retos sociales. Códigos y recomendaciones para los medios*. Barcelona: Paidós.
- Camps, V. (1992). *Concepciones de la ética*. Madrid: Trotta.
- Corral, G. (2006). Análisis de las prácticas periodísticas en la ciudad de Querétaro. Tesis de maestría en Comunicación. Guadalajara, Guadalajara, México: Universidad de Guadalajara.
- Cortina, A. (1993). *Ética Aplicada y Democracia radical*. España: Tecnos.
- Cortina, A. (24 de 11 de 2004). Obtenido de
http://elpais.com/diario/2004/11/24/opinion/1101250805_850215.html
- Cortina, A. (2004). Ciudadanía activa en una sociedad mediática. En J. Conill, & V. Gonzalez, *Ética de los medios. Una apuesta por la ciudadanía audiovisual*. Barcelona: Gedisa.
- Cortina, A. (2007). *Ética mínima. Introducción a la filosofía práctica*. Madrid: Tecnos.
- Cortina, A. (15 de 12 de 2013). *elpais.com*. Obtenido de
http://elpais.com/elpais/2013/12/03/opinion/1386100529_031825.html
- Del Moral, Á. (2011). Diplomado en Ética Aplicada. *Módulo VII Ética de los medios masivos de comunicación*. Querétaro: Facultad de Filosofía, Universidad Autónoma de Querétaro.
- Foucault, M. (1979). *Microfísica del poder*. Madrid: La Piqueta.
- Foucault, M. (2002). *Vigilar y castigar*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Fuentes Navarro, R. (1998). La emergencia de un campo académico: continuidad utópica y estructuración científica de la investigación de la comunicación en México. Guadalajara, México: ITESO/Universidad de Guadalajara.
- Fuentes Navarro, R. (2003). En tiempo de utopías. Fundaciones del estudio de la comunicación en México (1960-1979) Tram(p)as de la Comunicación y la Cultura. Guadalajara.

- Gargurevich, J. (2001). *Qué periodismo y cómo enseñarlo: una reflexión urgente*. Obtenido de [saladeprensa.org: http://www.saladeprensa.org/art214.htm](http://www.saladeprensa.org/art214.htm)
- Habermas, J. (2013). *El discurso filosófico de la modernidad*. Madrid: Katz.
- Hernández, R. (. (1997). *Para conocer a los periodistas*. México: Uníos!
- Hernández, R., Fernández-Collado, C., & Pilar Baptista, L. (2008). *Metodología de la investigación*. Ciudad de México: Mc Graw Hill.
- Immanuel, K. (1994). *La Metafísica de las costumbres*. Madrid: Tecnos.
- Kapuscinski, R. (2002). *Los cínicos no sirven para este oficio. Sobre el buen periodismo*. Barcelona: Anagrama.
- Kapuscinski, R. (2003). *Los cinco sentidos del periodista*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Klyszcz, J. (s.f.). *Educación en los tiempos de información. Un ejercicio de comprensión de los paradigmas éticos del proceso de comunicación en la actualidad*. Obtenido de <http://comunicacion.ucsj.edu.mx/wp-content/uploads/2013/07/Educaci%C3%B3n-en-los-tiempos-de-informaci%C3%B3n.pdf>
- Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2012). *Los elementos del periodismo. Todo lo que los periodistas deben saber y los ciudadanos esperar*. Madrid: Aguilar.
- Lippmann, W. (2011). *Libertad y prensa*. Madrid: Tecnos.
- Lyotard, J.-F. (1987). *La condición postmoderna. Informe sobre el saber*. Madrid: Cátedra.
- MacIntyre, A. (2004). *Tras la virtud*. Barcelona: Crítica.
- Martínez, O. R. (1999). Ética, periodismo, democracia, medios... *Revista Mexicana de Comunicación No. 59*, 4-5.
- Martínez, O. R. (1 de Noviembre de 2000). *Un acercamiento a la ética y la deontología periodística en México*. Obtenido de *Revista Mexicana de Comunicación*: <http://mexicanadecomunicacion.com.mx/rmc/2000/11/01/un-acercamiento-a-la-etica-y-la-deontologia-periodisticas-en-mexico/>
- Muriel, V. (2011). La formación y práctica profesional del comunicador en Querétaro. *Anuario CONEICC de Investigación de la Comunicación XVIII* (págs. 193-207). México: CONEICC.
- Restrepo, J. D. (16 de Mayo de 2012). *Señales de identidad de lo ético*. Obtenido de <http://futur.periodistes.org/wp-content/uploads/Pon%C3%A8ncia-Javier-Dar%C3%ADo-Restrepo.-Col%C2%B7legi-de-Periodistes..pdf>

- Rodríguez, J. (2007). *La otra guerra secreta (Los archivos prohibidos de la prensa y el Poder)*. México: Debate.
- Secanella, P. M. (1983). *El periodismo político en México*. Mitre.
- Ure, M. (2013). Dilemas éticos y modelos deontológicos para el periodista usuario de medios sociales. *cuadernos.info Comunicación y medios de Iberoamérica*.
- Van Dijk, T. A. (1990). *La noticia como discurso*. Barcelona: Paidós Comunicación.
- Villanueva, E. (2003). *Derecho de la información*. Quito: Quipus CIESPAL.
- Yanes, M. R. (2002). La noticia y la entrevista. Una aproximación a su concepto y estructura . *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, 239-272.