

UNIVERSIDAD DEL SALVADOR
Facultad de Ciencias de la Educación y Comunicación Social

TRABAJO MONOGRÁFICO

**LA DEONTOLOGÍA PERIODÍSTICA Y LA COBERTURA DE LA
VIOLENCIA**



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Autora: Maria Ripa Alsina
Director de la carrera: Daniel Sinópoli
Materia: Seminario de Investigación Periodística
Noviembre 2003

Tel: 4253.6861
mariaripaa@hotmail.com

AGRADECIMIENTOS

A mi mamá, por su ayuda, sus convicciones y su perseverancia.

A mi papá, por haberme regalado la posibilidad de estudiar.

A mi esposo, por su apoyo y su entrega cotidiana.

A mis hijos, por la donación de sus horas.



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

INDICE

1. Introducción	4
I La función del periodismo.....	6
1. Quienes son.....	6
2. El rol de los medios.....	7
2.1 La televisión.....	13
3. La función socializadora de los medios.....	15
4. El receptor.....	18
5. La formación del periodista.....	21
5.1 La especialización.....	23
II Una aproximación a la realidad.....	25
1. Las razones de una autocrítica.....	25
2. La corrupción del periodismo.....	26
3. Cuando la audiencia deja de creer en los medios.....	28
4. La dependencia económica de los medios de producción.....	29
III La cobertura de la violencia.....	32
1. Cómo se fabrican las noticias.....	32
2. Conocer los pasos del proceso informativo.....	33
3. Los vicios.....	35
3.1 La imagen reina y señora.....	35
3.2 La espectacularización del relato.....	36
3.3 La mediocridad.....	36
3.4 El énfasis en lo negativo.....	37
3.5 La descontextualización.....	38
3.6 La autocensura.....	38
3.7 Uso inadecuado de las fuentes.....	39
4. Análisis de la cobertura de la violencia.....	39
4.1 La cobertura del caso Petrufo en América Noticias.....	40
4.2 Un caso paradigmático.....	55
IV Cómo pacificar el relato.....	58
1. Algunos aportes para lograr otra forma de hacer periodismo.....	58
1.1 Revalorizar el rol del periodista.....	59
1.2 Los medios, garantes del diálogo social.....	59
1.3 Aprender de los errores y asumir responsabilidades.....	60
1.4 Invertir en la preparación de los profesionales de prensa.....	61
1.5 Revalorizar a la audiencia.....	62
1.6 La oportunidad y la ética.....	62
1.7 Más sensibilidad ante el dolor de las víctimas.....	64
1.8 La deontología periodística.....	65
Conclusión.....	65
Bibliografía.....	68

INTRODUCCION

En el mes de abril del presente año, el reciente Obispo de la Diócesis de Quilmes, Monseñor Luis Teodorico Stöckler, hizo público un mensaje de Pascua que impactó profundamente en el corazón de los fieles. Basándose en el pasaje de Emaús, como el encuentro con la vida, Monseñor Stöckler señalaba “ Hay hechos que conmocionan...que nos llevan a planteos extremos... Pero no hay hecho más conmocionante que la muerte...y la muerte violenta. Especialmente cuando son inocentes los que mueren. Nos queda esa sensación del mal venciendo al bien, la violencia a la paz...Necesitamos decodificar. Vivimos como atorados, impactados, sin poder descifrar lo que está sucediendo. Es necesario para un poco...y buscar sentido”.

Desde tiempo atrás venía pensando en el tema de la violencia y su tratamiento en los medios de comunicación, dado que como argentina y productora de noticieros en un canal de televisión no cesaba de cuestionarme en cuanto a la cuota de responsabilidad que me cabe. Y frente a la necesidad de culminar mi carrera con un trabajo monográfico atesoraba varios textos y anécdotas o experiencias que giraban sobre la ética periodística. Decidí por fin unir ambas cosas, segura de que es necesario “parar un poco” y “tratar de descifrar lo que está pasando”. En fin, que profundizar el tratamiento de la violencia en los medios nos lleva indefectiblemente a los periodistas a realizar una profunda autocrítica, no sólo para colaborar con nuestra responsable cuota de no violencia sino para impedir que continuemos perdiendo credibilidad entre los ciudadanos y dilapidando la imagen positiva que la sociedad aún tiene de nosotros. Analizaremos, entonces, la cobertura que los medios realizan de los hechos violentos, cómo éstos tienen prioridad frente a otros temas y cómo se les da un tratamiento espectacular, para profundizar un revisionismo que nos ayude a no dejar de cumplir con la función que la profesión nos exige.

En la Argentina de los últimos años, los hechos de violencia suelen ocupar la escena y los medios no contribuyen a la pacificación sino que, por el contrario, tienden a la polarización social y a incrementar el enfrentamiento. Un periodismo que no acierta a encontrar en momentos de confusión los estándares profesionales adecuados refuerza el círculo vicioso de la crisis.

La confusión y la ignorancia de los periodistas puede llevar a agravar los problemas en lugar de diluirlos, y cuando el periodista ignora, generaliza. Y al generalizar, desinforma. Por eso, la formación intelectual de los trabajadores de prensa será un apartado fundamental en este trabajo por valorar la responsabilidad que tienen aquellos que son los garantes del contenido periodístico de los medios.

Desconocer el valor de la información periodística, de la influencia de los medios en la formación de modelos sociales, en la trasmisión de patrones culturales, en la redefinición de pautas de convivencia y en la formación de sentido (en el sentido amplio del término) modificando incluso futuros comportamientos y toma de decisiones de las audiencias, conlleva el riesgo de realizar un tratamiento tal de la información que los receptores o bien, conformen una falsa idea de la realidad, o se vean incitados a la

violencia, a la polarización social, al racismo, a quebrantar el sistema democrático, o a tomar medidas que los perjudiquen, entre otras cosas.

Para sustentar lo dicho comenzaremos este trabajo haciendo un análisis de los distintos autores que trataron la función del periodismo dentro de la sociedad. Cuáles son sus objetivos, cuáles son sus límites y cuál es el papel que debe cumplir, dentro de una estructura social determinada.

Luego de expuesto el marco teórico, realizaremos una descripción del tratamiento y la presentación de las noticias, para esto se analizará la cobertura de las dos emisiones del noticiero América Noticias, en un caso que consideramos emblemático para demostrar la falta de profesionalismo en la cobertura de la violencia en los medios.

Elegimos el caso de un remisero que, mientras llevaba a dos pasajeras por la avenida Lugones, perdió el control del vehículo y ambas se tiraron al asfalto. Los medios aseguraron –cosa que después desmintió la justicia- que las jóvenes tomaron esa terrible decisión, que le costó la vida a una de ellas, porque el conductor había querido violarlas.

A través de este caso ejemplificador se analizará la generalización operada en los medios cuando ignoran o desconocen gran parte de lo ocurrido y buscan atraer a los telespectadores por el impacto que causa la noticia. Intentaremos demostrar que con la espectacularización del relato se instalan modelos sociales muchas veces erróneos y que un periodismo profesional no debería promover la polarización social sino garantizar el debate y que la versión simplista entre malos y buenos expresa la muerte de ese diálogo, es decir, el fracaso de los medios.

Finalmente se sugerirán algunos aportes para lograr una nueva forma de cubrir los hechos de violencia, rever los actuales modos, sacar a la luz lo que es imprescindible de ser transformado, y custodiar y revalorizar todo aquello que necesariamente, debe seguir empleándose.



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

I. LA FUNCION DEL PERIODISMO

I. 1 Quiénes son

No son los dueños de los medios, pero son los gerentes de la información. No poseen grandes fortunas, algunos de ellos ganan menos que un cajero de un banco. Sin embargo deciden, entre todos, cuál será mañana la tapa de Clarín, de La Nación, Página 12, Infobae o Ámbito Financiero. Muchos no tienen el título de locutores, redactores, o licenciados en periodismo pero son los que “armarán” los informes que harán subir el rating del noticiero o que los matutinos “levantarán del aire” al día siguiente. No pueden inventar la realidad pero sí el modo de presentar las noticias en espacios como Telenoche, América Noticias, Azul Noticias, Crónica Noticias, Todo Noticias, o Cable Visión Noticias. No son los propietarios de las emisoras de radio pero preparan con su estilo propio las nuevas informaciones que se escuchan por Radio Rivadavia, Continental, Mitre, América, Del Plata y La Red, entre otras.

En general las redacciones están llenas de productores que entraron a los medios, cuando aún estaban estudiando, con un régimen de pasantía tras un acuerdo entre el medio y la Facultad. Muchos nunca se recibieron y sin embargo tienen en sus manos el poder de decidir sobre el contenido de los medios de comunicación. Muchos, inclusive provienen de otras carreras universitarias (que nada tienen que ver con el periodismo) o peor aún nunca pisaron una Universidad.

Guiados por un gerente de noticias, que muchas veces, confía demasiado en los productores que trabajan para él, los redactores, armadores, editores... son los que expresan, de manera colectiva, el poder de la información. Los que “mandan” en los medios día a día. Los que eligen incluir o no un nombre y un apellido que podrían quedar marcados para toda la vida, o arruinar la carrera o la reputación de cualquier persona o empresa.

Históricamente, cada sociedad, ha definido el rol de quienes tenían a su cargo el control y la difusión de la información. A su vez, la profesión del periodista, como cualquier otra, se fue configurando a través del tiempo, a medida que se tomó conciencia de su significado y los profesionales asumieron su papel social. “La propia historia de la prensa muestra, muy claramente, una dinámica de descubrimientos y de dominio de herramientas tan importante como la de otras profesiones.”¹

Muchísimos autores han escrito y transmitido sus opiniones acerca de la función de los medios de comunicación y analizado la utilización que, de ellos, han hecho los gobiernos, los conglomerados económicos, las audiencias. En la presente monografía haremos un breve recorrido por algunos estudios realizados al respecto, al sólo efecto de contrastarlos con la función que cumplen realmente los medios en la sociedad actual.

¹ Araujo Medina, Cremilda *El rol del periodista*, Editores Asociados, Quito, 1ra edición, 1980, pág. 19

I.2 El rol de los medios

“La institución de los medios de comunicación de masas constituye un conjunto inconfundible de actividades (enviar y recibir mensajes) que llevan a cabo personas que ocupan determinados roles (reguladores, productores de mensajes, distribuidores, miembros del público), de acuerdo con determinadas normas y acuerdos (leyes, códigos, usos profesionales, expectativas de la audiencia, rutinas)”.² Algunos de estos aspectos serán analizados a continuación.

En 1972, Mc Combs y Shaw escribieron los primeros artículos sobre la agenda setting pero ya en 1940, Robert Park hablaba de la “función indicadora de las noticias”, es decir que alertan sobre los acontecimientos y cambios del entorno y en 1963, Bernard Cohen había agregado que “la prensa es significativamente más que un proveedor de información y opinión. Si bien es verdad que en muchas ocasiones no puede conseguir la mayor parte del tiempo decir a la gente lo que debe pensar, es sorprendentemente capaz de decirle a la gente sobre qué temas deben pensar algo”³.

La tematización es un procedimiento informativo que consiste en colocar un tema como prioritario en la atención del público, concederle mayor o menor importancia que a otros y subrayar su centralidad y su significado. Pero es erróneo pensar que los medio pueden jerarquizar cualquier tema, éste tiene que tener, en sí mismo o por que se lo concede el entorno, cierta relevancia política, social, económica o cultural. Por lo tanto, la selección de contenidos se presenta como una cuestión limitada, tanto por los criterios periodísticos e intereses del Medio, como por la idea que los periodistas tienen de su público, sus intereses y exigencias.

Miguel Rodrigo Alsina, en su libro “La producción de la noticia” selecciona los siguientes requisitos para que un tema logre instalarse en la agenda del público, teniendo que cumplir con, al menos, alguno de ellos:

- a) Debe hacer referencia a algo personal, a algo privado o a algo íntimo. El público debe sentir cierta proximidad o afinidad con el hecho.
- b) “Los hechos que manifiesten cierta violencia, agresividad, dolor y los sucedáneos del dolor (...) como pruebas documentales de vivir amenazado”⁴ Todos aquellos acontecimientos a través de los cuales el espectador pueda hacer catarsis, o que le incrementen sus ansias de justicia o de represalia, son fácilmente noticiables.
- c) Todo aquello que se presente con cierta frecuencia. Si un acontecimiento se produce en un tiempo ajustado a la periodicidad del medio y a su tiempo de producción es más probable que se convierta en noticia. Como así también si se repite varias veces en un período corto de tiempo. Aunque también puede ocurrir el efecto contrario:

² Mc Quail, Denis, *Introducción a la comunicación de masas*, Ed. Paidós Comunicación, México, 4ta. Edición, 1991, pág. 39.

³ Cohen, Bernard, *The Press and Foreign Policy*, Princeton University Press, Princeton 1963.

⁴ Alsina, Miguel Rodrigo, *La construcción de la noticia.*, Ed. Paidós Comunicación, Barcelona, 2da. edición 1993, pág. 109.