

LOS RETOS DEL PERIODISMO EN EL SIGLO XXI:- LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS, LA PROPIEDAD INTELECTUAL Y LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN.

M^a Angeles San Martín Pascal¹

Resumen

El periodismo está viviendo una etapa de grandes crisis. Estamos asistiendo a una doble realidad; una de índole tecnológica y otra económica. La falta de financiación, la precariedad de los puestos de trabajo y la gran competitividad por una parte, y la aparición cada vez más frecuente del uso de los nuevos medios tecnológicos, blogs, redes sociales y las nuevas formas de entender la actualidad. Estos dos aspectos, presentan diversos problemas al mundo de la comunicación que resulta en la necesidad de revisar el tratamiento de asuntos intrínsecamente relacionados con el periodismo como son los derechos de autor o la libertad de expresión o donde la información ha pasado de tener un valor en sí misma, a la falta de credibilidad y fiabilidad arrastrada por la superabundancia de información a través de los medios tecnológicos. Por lo tanto estamos ante un planteamiento de gran importancia. A pesar del exceso de información, no tenemos más información. Tenemos gran cantidad pero no siempre acompañada de calidad. Qué está o no permitido publicar en aras del bien social o de la seguridad nacional? Qué se debe o no conocer en aras del bien social o nacional? Existe libertad a pesar del flujo aparentemente incontrolado de Internet?.

Palabras Clave

Blog, Web, Portal, Plataforma, Credibilidad, Dilema.

Abstract

Journalism is going through a period of serious crisis. We are facing a double reality. One related to the new technologies and the other related to the economical crisis Lack of financing, very poor working conditions, great competitiveness on one hand, and the incoming more and more frequent of new technologic methods, blogs, social sites, and new form of understanding the reality. These two aspects are presenting so many different problems to the communication media, that it has become necessary to revise the treatment of subjects intrinsically related to journalism such as authors rights and freedom of press and where information has lost its own value and gone to lack of credibility caused by the superabundance of information through the new technological instruments. Therefore we are facing a great dilemma. Although the excess of information, we do not have more information or what is the same, we are not more informed. We have quantity, but we do not have quality. What are we allowed to publish?. What should be known so it will not damage the social welfare or the national security?. Is there free of information though the apparent not control in internet?.

Keywords

Blog, Web, Portal, Platform, Credibility, Dilemma.

Los Medios de Comunicación Audiovisuales y la prensa escrita constituyen el principal vehículo de expresión y comunicación social sin distinción de clases, ideologías o grupos políticos y su principal competencia es la de informar, formar y ofrecer por un lado educación y por otro, la información que los ciudadanos necesitan para poder participar en la toma de decisiones públicas que la sociedad democrática plantea. Este derecho, es a su vez un deber para el informador que tiene la obligación de dirigir su actividad hacia la consecución del interés general.

Desde su comienzo en los años 50, la televisión ha ido tomando un protagonismo, a veces desmesurado, y donde su idea básica e inicial era la del entretenimiento, pasó a formar parte de uno de los principales medios de información de la sociedad. Con el devenir de los tiempos, cuando la información se establecía sobre la base de los medios masivos, nos hemos dado cuenta que en realidad, la información no es un fenómeno unilateral sino que se manifiesta por muchos medios y de muchas formas, tanto por mensajes como por actos como lo señala Joan Costa (1995) pero que además, dentro de este amplísimo fenómeno de la comunicación, ha aparecido otro cuyo uso ya no es patrimonio exclusivo de los jóvenes, ni excluyente de los periodistas o empresas informativas, y es el fenómeno de internet.

La sociedad cada vez que aparece un nuevo medio de comunicación y desarrolla una nueva tecnología de comunicación, teme por los cambios culturales y de valores que se pueden producir derivadas del uso de estas tecnologías. La televisión ha sido siempre acusada de los cambios de valores, donde la noticia ha pasado de ser información a noticia-emoción, donde prima más lo trivial y sentimental que impacte a la audiencia que el derecho del ciudadano a estar informado sobre los asuntos de interés general.

Los medios audiovisuales, especialmente la televisión, con su alto índice de programas con grandes dosis de violencia y estupidez sólo sirven a unos intereses determinados y concretos. Su objetivo es el dinero y su interés principal, crear programas que obtengan máxima audiencia para así conseguir publicidad y unos resultados económicos beneficiosos. Su argumento, procurando siempre eximir su responsabilidad, es justificar la necesidad de una rentabilidad necesaria para su subsistencia.

El tema de la violencia en televisión es tan antiguo como la propia televisión. Nada ha cambiado. Solamente la violencia es presentada de forma más cruenta, más feroz, más real quizá.... Aquí cabría preguntarse, si la violencia es cada vez más violenta o son los medios los que ahora, ante la respuesta positiva de la sociedad, la presentan tal cual es. Así pues, no podemos dejar de presentar otra pregunta. Los medios de comunicación siguen las demandas de la sociedad, es decir, es la sociedad cada vez más insensible, o es la propia sociedad, la víctima de ese deseo desenfrenado de los medios que por conseguir mayor audiencia apelan al morbo y al sensacionalismo más exacerbado?

No cabe duda que los medios de comunicación en general y los audiovisuales en particular están viviendo un periodo de crisis aguda. Están más preocupados por vender imágenes y programas que en cuidar la calidad de aquello que venden. Estamos llegando al “todo vale”. El temor a que las nuevas tecnologías reemplacen el interés de la audiencia hacia los medios convencionales, hace que olviden que el periodismo sea veraz, fiable y éticamente correcto.

La situación de los medios de comunicación es una más de las muchas que está viviendo nuestro país. La falta de financiación, la precariedad de los puestos de trabajo, la competitividad, hacen que los profesionales pongan su mirada más en asegurarse su futuro que en calidad de su trabajo, sin darse cuenta que la negligencia y falta de responsabilidad en esto último, les lleva indefectiblemente a lo primero.

“Los periodistas se centran cada día más en defender sus puestos de trabajo priorizándolo frente a la objetividad o la valentía de proponer ciertos temas” señala un redactor de Telecinco y Lorenzo Gómez, periodista de 19 años de trayectoria en Antena 3 TV ². No cabe duda, que desgraciadamente la profesión periodística es una de las peor tratadas, con mayor índice de desempleo o empleos precarios, intrusismo y falta de reconocimiento social. Existen unas condiciones mínimas laborales y económicas, necesarias para que el periodista pueda ejercer su trascendental función de forma digna, y se entiende que también éticamente. En la base de nuestro compromiso ético y siendo conscientes de que la nuestra es una de las profesiones con más alto índice de desempleo, entendemos que debemos situar nuestra grave preocupación por la situación de quienes no pueden demostrar su apuesta ética porque, sencillamente, han perdido o

están en trance de perder su puesto de trabajo, o ni siquiera han tenido la oportunidad de acceder a su primer empleo (Ramos 1996).

La pregunta clave sobre la crisis que está viviendo el periodismo la plantea de una forma clara y contundente Fernando González Urbaneja, Presidente de la Asociación de Prensa de Madrid (cuadernos de prensa julio 2010) en una ponencia durante el “Encuentro Europeo de Medios: los Nuevos Desafíos” organizado por la Presidencia Española de la Unión Europea y celebrada en el instituto Cervantes de Madrid el pasado 4 de Julio. “¿Hacemos el periodismo que reclaman los ciudadanos?” A esta pregunta, su respuesta es también rotunda. “Los soportes son importantes; la propiedad intelectual también; la gratuidad un problema, pero sin contenidos, no hay futuro y los contenidos necesitan profesionales preparados, experimentados, independientes y libres, es decir, periodistas.”³

La actividad periodística debe potenciar la dimensión intelectual del periodista que es el intérprete de la realidad; reforzar la crítica al poder, fomentar la pluralidad; exigir objetividad y perseguir la verdad. “la realidad es que lo que hace hoy el periodismo sigue siendo imprescindible para el ciudadano de hoy y, quizá, podamos demostrar que lo que hace es, incluso, más necesario que nunca (Arroyas 2008)

Los periodistas tienen que transmitir confianza y credibilidad. Tienen que saber dar sentido a sus datos y garantizar que la información está cargada de un halo de honradez y deseo de objetividad, de manera que los ciudadanos puedan tomar una posición coherente y razonable sobre los hechos que ocurren en la sociedad y que a veces, son difíciles de digerir dada la propia beligerancia e irracionalidad de los mismos.

La Precariedad desmesurada en el mundo laboral

La sociedad actual está viviendo unos cambios vertiginosos que afectan a todos los aspectos de nuestra vida cotidiana. Guerras, violencia, inmigración, racismo, recesión económica, desempleo, diferencias religiosas y culturales que dificultan nuestra convivencia y ponen en peligro nuestro futuro. En este sentido, el periodista del siglo XXI no puede mostrarse como un mero narrador de la actualidad, sino que debe apelar a su profesionalidad y su buen hacer e intentar comprender la realidad que nos rodea y exponerla y expresarla de una manera más objetiva, honesta y veraz posible. Pero esta

responsabilidad no debe recaer sólo en el periodista, sino en todo el equipo directivo, jefes de redacción, editores y en definitiva, en todo el grupo empresarial. Es en esta parte final donde deberíamos poner especial hincapié. Se tiende a responsabilidad al periodista que firma el artículo, al presentador que aparece en pantalla, al productor que está detrás de un programa pero, en definitiva, ellos no son sino simples empleados intentando mantener un puesto de trabajo y cumplir con las directrices del medio para el que trabaja. Para reclamar exigencias a los periodistas, dedicación, creatividad, hace falta que quienes propongas esos objetivos sean creíbles. JM: Reverte define muy claramente al trabajador de los medios señalando “cada vez hay más que separar al periodista del empleo de los Medios de Comunicación. Para éste segundo, el “media-worker” su ocupación con los medios no se asocia con casi ningún tipo de compromiso social ni de deber ético, porque su misión es vender mercancía, la obligación y responsabilidad de esos trabajadores de los medios es garantizar la popularidad y aceptación de la mercancía que venden. Los grandes grupos de comunicación contratan a “media-workers” que, al mismo tiempo, en el mismo tiempo de su jornada laboral, tienen que redactar una noticia para su periódico analógico y luego actualizarlo permanentemente en “internet”, ir con una grabadora y editarla para un programa de televisión. A este ritmo de trabajo, son incapaces de contextualizar e interpretar lo que están viendo (Reverte2002).

No cabe duda que las empresas informativas son principalmente empresas y, por lo tanto, tienen una responsabilidad con sus accionistas y con sus empleados, así como el deber de garantizar su independencia y libertad frente a los grupos de poder, pero es necesario poner énfasis en la responsabilidad que las empresas informativas deben sobre todo a la sociedad a la que sirven y ofrecer una relación de credibilidad a sus lectores y audiencia.

Dentro de estas obligaciones, las empresas deben asegurarse que actúan en los más altos estándares éticos de manera que se vean protegidos de cualquier injerencia política y/o económica y protejan al propio tiempo a sus empleados y público para el que se debe. Pero en qué grado puede estar asegurada la independencia informativa? Hasta qué punto pueden las empresas ejercer su función de forma independiente, respetar los intereses de sus accionistas y, servir como mediadores entre éstos y la sociedad, si son ellos parte de esos grupos de presión? “Y es que el poder político empuña en ocasiones la ética como

arma arrojada contra la prensa” señala Carlos Soria en su artículo “enfermedades síquicas de la ética de las empresas informativas” (Soria 2009).

Catherine Graham, editora del Washington Post, siempre estuvo en desacuerdo con la descripción de la prensa como “4º poder”. Los periodistas, argumentaba, no debemos ser un componente más del poder político. Hoy sobre todo, en la mayoría de los medios audiovisuales, el periodismo ha dejado de estar primordialmente al servicio de la sociedad y se ha vendido con armas y bagajes o al poder político o al poder económico. Actúa por consiguiente, en unos límites ambiguos que tienen poco que ver con el verdadero interés público y mucho con intereses extraperiodísticos”.(Piedrahita 2006)

Funciones del periodista del siglo XXI

La globalización, las nuevas tecnologías, las nuevas formas de construir y entender la realidad, presentan diversos problemas al mundo de la comunicación que resulta en una necesidad imperiosa de revisar la figura del comunicador actual frente a estos nuevos retos. Los acontecimientos acaecidos en los últimos años como consecuencia de la crisis económica, la ampliación de las fronteras geopolíticas y económicas que han tenido lugar en la Comunidad Europea, los movimientos migratorios que han sacudido Europa, la carrera vertiginosa a la que nos han llevado las nuevas tecnologías y la aparición de nuevas formas de periodismo gratuito, han forzado a los medios de comunicación a moldear y adaptar sus formas de trabajo a sus comunicadores.

La figura del periodista se ve enfrentada a unos dilemas nunca antes conocidos, no solamente por la trascendencia política y económica de su formación, sino por el alcance de su difusión.

Sus preguntas y dudas toman una dimensión global. ¿Cómo pueden informar objetiva y verazmente, principios fundamentales en toda información, frente a un conflicto internacional, cuando saben que existe un opresor y una víctima? ¿Cómo pueden informar sobre asuntos de enorme complejidad, como son las decisiones tomadas por los grandes bancos y las consultoras financieras más importantes del mundo y que afectan a la economía mundial y donde la acumulación de datos y operaciones son de tal complejidad y tan políticamente enmarañadas, que el acceso a la transparencia es prácticamente imposible? ¿Cómo seleccionar anoticias de entre todas que llegan a la

mesa de redacción y mantener al propio tiempo el nivel profesional de fiabilidad y veracidad cuando algunas de ellas llegan de fuentes desconocidas?

“Lo que sí es de exigir a los medios, es que no pierdan la objetividad cuando se tengan que ocupar de quienes no opinan como ellos o tienen una manera de hacer política que no se comparte desde los ambones de la empresa editorial”, señala JM De Pablos en su obra “El Periodismo herido”. (De Pablos 2001)

Cómo debe ser por lo tanto la formación del periodista del siglo XXI frente a estos y otros nuevos retos? Es necesario tener en cuenta que las tareas del periodista se han visto transformadas notoriamente y donde hasta ahora operar a nivel europeo o internacional y tratar con redes sociales no se consideraba una prioridad estratégica, se ha convertido ahora en algo imprescindible y necesario.

Actualmente, factores como una mayor carga laboral, tiempo de entrega más cortos y una fuerte competencia, les ha llevado a hacer un mayor uso de las oportunidades que ofrece la tendencia social de internet. Recientes estadísticas demuestran que el 37% de los periodistas tradicionales participan en twitter; el 39% manifiesta escribir para algún blog como parte de sus deberes profesionales; el 46% asegura utilizar blogs para investigar. (www.tendencias 21.net) El hecho de que el 59% de los periodistas tradicionales sean autores de un blog, ya sea personal o profesional, dice mucho del enorme cambio en las rutinas de los profesionales de la información y de la forma con que éstos se están comunicando con el mundo y con los ciudadanos.

Las cifras demuestran que los medios de comunicación han integrado espacios en línea y han hecho que sus periodistas empiecen a adaptarse a esta nueva forma de trabajo y a interiorizar el periódico digital.

Pero hasta que las sociedades y el mundo profesional se adapten a las nuevas tecnologías existen graves conflictos de interés. Con el desarrollo de las comunicaciones digitales, el porvenir de los medios impresos está siendo constantemente cuestionado. La enorme expansión de Google como buscador de información ha sido considerada por no pocos propietarios de los medios de información, como una auténtica amenaza para la industria.

La Asociación Mundial de Periodistas (world Association of Newspapers), el pasado 15 de septiembre pidió a las autoridades responsables de la regulación del sistema de competencia de Estados Unidos, Canadá y Europa, que impida prospere el acuerdo publicitario celebrado el pasado mes de junio entre Google y Yahoo, ya que podría tener un impacto negativo en los aún modestos ingresos publicitarios de los portales on-line de diarios y publicaciones. La Asociación Mundial de Periódicos además ha impulsado la creación de un equipo de trabajo que se dedicara a estudiar las posibles modalidades del cobro de los derechos de autor en los buscadores de Internet y recientemente Gavin O'Reilly, Presidente de la Asociación, objetó la actitud de Google por ceder a las demandas de censura impuestas por regímenes represivos como China (www.razonypalabra.org).

Efectivamente el control en las páginas web de las autorías de artículos, el tratamiento de la propiedad intelectual y la libertad de expresión, se encuentran en momentos clave en el desarrollo de internet en todo el mundo y especialmente en España. ¿Podemos cuestionarnos que prevalece la propiedad intelectual o el derecho de autor en internet.? Según Carlos S. Almeida, en un artículo publicado en el diario El Mundo digital el pasado 8 de Enero, señala que “toda página web es una publicación y el derecho a la libertad de expresión que se ejerce en internet no puede ser restringido por ningún tipo de censura previa, tal como establece el Art. 20 de la Carta Magna. Sólo podrá acordarse el secuestro de publicaciones, grabaciones y otros medios de información en virtud de resolución judicial. De acuerdo con nuestra legislación sustantiva y procesal, los conflictos entre Libertad de expresión y Propiedad Intelectual, sólo pueden dirimirse ante dos jurisdicciones, la penal y la mercantil. Un juez de instrucción, en el marco de un procedimiento penal, puede ordenar el cierre cautelar de una página web. La Propiedad Intelectual no es un derecho fundamental a diferencia de la Libertad de Expresión. Por ello, es necesaria su regulación. Lo que no está en juego no son las descargas, según el autor, sino la esencia misma de la democracia. (www.elmundo.es)

En el Art. 20 sobre los Derechos Fundamentales y las Libertades Públicas de la Constitución Española se reconocen y protegen los derechos

- a) expresar y difundir libremente los pensamientos, ideas y opiniones mediante la palabra, el escrito o cualquier otro medio de reproducción.
- b) A la producción y creación literaria, artística, científica y técnica
- c) A la libertad de cátedra
- d) A comunicar o recibir información veraz por cualquier medio de difusión. La ley regulará el derecho a la cláusula de conciencia y al secreto profesional en el ejercicio de estas libertades.

No queda por lo tanto, ninguna duda respecto a la claridad de contenidos, así como la importancia y categoría que tienen para nuestra Constitución la libertad de expresión y la difusión sin trabas de ideas y pensamientos (escrito, oral o por cualquier medio). En su acápite 2 del título segundo, Art. 20 señala que “el ejercicio de estos derechos no puede restringirse mediante ningún tipo de censura previa.

Es justo pensar que la Libertad de Expresión es necesaria y debe ser respetada en todo medio de comunicación, pero también es cierto que nunca habrá un buen periodismo con profesionales que no reflexionen sobre su oficio. La Libertad de Expresión hay que centrarla dentro de un marco ético y solo adquiere su validez cuando está plasmada en una actitud ética-profesional. Además ¿ser libre significa poder publicar lo que nos da la gana? Entendemos que la libertad de expresión debe ser aquella que responda mínimamente a la dignidad del informador y a su deber ético de servir a la sociedad. El periodismo debe ayudar a cumplir unos objetivos que son los de transmitir información veraz, de lo contrario nos convertiremos en peleles en manos de los grupos de poder. El periodismo debe generar confianza, debe legitimar en vez de deslegitimar y debe demostrar que la figura del periodista es irremplazable a pesar de que las nuevas tecnologías permitan que cualquier persona tenga la posibilidad de construir y difundir una noticia.

¿Se hace un uso adecuado de las nuevas redes sociales en el manejo de la información?

Este derecho a transmitir información veraz a través de cualquier medio puede generar problemas no solo a los periodistas sino a otras personas que de alguna manera tienen que ver con el manejo de la información. En el momento de escribir este artículo se

publica un gran reportaje en el diario “El País” sobre el periodista y editor australiano, Julian Assange, hombre que fundó en 2006 un sitio web llamado “wikileaks”.

Este portal actúa como plataforma de filtración de contenidos secretos o delicados. La publicación es anónima y una conexión cifrada, permite a cualquier usuario subir vídeos, documentos o audios confidenciales sin dejar rastro.

En este portal, se han publicado noticias del más diverso contenido como denuncias sobre las actuaciones del ejército norteamericano en Irak, ejecuciones de jóvenes opositores del régimen en Kenia; vertidos tóxicos en Costa de Marfil; mensajes sms, llamadas telefónicas y correos electrónicos enviados desde y hacia las Torres Gemelas el 11-S (esta última publicación fue acusada de violar el respeto a la intimidad). Los argumentos expresados por este periodista que desafía la lógica de un mundo cínico, es que va a la búsqueda de la máxima transparencia. Para él, los medios de comunicación internacionales son un desastre. “Estamos en una buena posición para verlo – expresa en una entrevista concedida a los reporteros del diario – porque nos llega material político e históricamente significativo, lo liberamos y vemos cuántos medios se hacen eco y con qué rigor. Podemos ver también los esfuerzos para suprimir la información que damos. Mi conclusión es que el entorno de los Medios de Comunicación Internacionales es tan malo y tan distorsionador, que nos iría mejor si no hubiera ningún medio, ninguno” concluye. (diario “El País 24/10/10)

Esta nueva demostración de las enormes y peligrosas posibilidades que nos ofrecen las redes, nos lleva una vez más a la eterna pregunta. Libertad de Expresión o Derecho a la Intimidad, o Derecho a la Seguridad Nacional o respeto a la Dignidad de las Personas? Según El Pentágono, este portal pone en peligro la vida de las tropas estadounidenses y de personas civiles que colaboran con el gobierno de los estados Unidos y que ahora son blanco de los talibanes. Se puede contar todo porque no existe un límite a la Libertad de Expresión en la web?

Debemos entender que la ética y el sentido común deben ser el reto de todo periodista, y éstas, nos pueden a veces indicar, que es mejor no publicar que poner en peligro la vida de personas.

Es cierto que el periodismo no debe callar. Es cierto también que el periodismo debe ser imparcial y no obedecer a partidos o intereses políticos. No debe ocultar mentiras de guerra e informar verazmente por cualquier medio para que la sociedad libre pueda conocer y comprender lo que está ocurriendo. Ese es el deber y la responsabilidad de todo buen periodista, porque “la libertad de expresión como la libertad individual en que se asienta, hay que entenderla como una tensión dialéctica entre una conquista y un ideal motivador: es siempre más un ideal al que se tiende que un logro apresado. Pero en esa lucha desafiante – en que consiste la estructura dialéctica de la libertad –, encuentra su mejor realidad una libertad de expresión en tanto actitud ética”. (Vázquez Fernández 1996)

Bibliografía

Arrogas Langas. E. “En ciencias y comunicación.blogspot.com
Bonete Perales y otros (1997).”Éticas de la Información y Deontología del Periodismo”.
Ed. Paraninfo SA. Madrid

Comunicación Responsable. Deontología y Autorregulación de los Medios.(1999). Ed.
Ariel. Barcelona

Cortina, A. y Martínez E. (1996) “Ética. Ed. Akal . Madrid

Costa, J. “ Comunicación Corporativa y Revolución de los servicios” (1995) Ed.
Ciencias Sociales. Madrid. Pág 89-92

Cuadernos de Periodistas (2010) nº 13. Marzo

Cuadernos de Periodistas (2009) nº 18 Noviembre

Cuadernos de Periodistas (2010) nº 20 Julio . Pág. 25

Cuadernos de Periodistas (2010) nº 20 Julio Pág. 32

De Burgh H. (2005) “Making Journalists”. Ed. Hugo de Burgh London – New York

De Pablos Coello (2001). “El Periodismo Herido” . Ed. Foca. Madrid

Fundación Coso (2008) “El Derecho a la Información Judicial”. Valencia

Fundación Coso (2009) “La Ética y el derecho en la Producción y el Consumo del
Entretenimiento”. Valencia

García González. M. Nieves (2004) “Periodistas ciudadanos del mundo”. Ed. Fragua.
Madrid

León Grosa T. (2005) “El Periodismo Débil”. Ed. Almuzara

Piedrahita, M. (2006) “Periodismo Impreso, Audiovisual y Electrónico del Siglo XXI” Ed. Universitas SA. Madrid

Ramos, F. (1997) “La Ética de los Periodistas”. Ed. Exma Diputación de Pontevedra.

Reverte, JM. (2002) “Perro come Perro” Ed. Ares y Mares. Barcelona

Soria, C. (2009) “Enfermedades síquicas de la ética de las empresas informativas. Art. publicado en internet bajo el apartado de “Responsabilidades éticas en la empresa informativa”.

Vázquez Fernández.F. (1997). “Ética y Deontología de la Información”. Ed. Paraninfo. Madrid

¹ Profesora Titular. Universidad Rey Juan Carlos. Madrid. Correo electrónico:-
mariaanageles.sanmartin@urjc.es

² Cuadernos de periodistas nº 20 Julio 2010 Pág 25

³ Cuadernos de periodistas nº 20 Julio 2010 Pág 32