

II Congreso Nacional e Internacional
del Foro de Periodismo Argentino

Estándares profesionales e indicadores de calidad periodística

30 de noviembre - 1° de diciembre de 2007

FOPEA | Foro de Periodismo Argentino
Facultad de Ciencias Sociales | Universidad de Palermo
Buenos Aires, Argentina

Foro de Periodismo Argentino

Comisión Directiva 2007-2008

Presidente: Gabriel Michi

Secretario: Daniel Enz

Vocales titulares: Daniel Santoro, Edgardo Esteban y Claudio Jacquelin

Vocales suplentes: María Itumelia Torres, Néstor Sclauzero y Alejandro Costanzo

Tesorero: Fernando Ruiz

Junta Revisora de Cuentas: Rodolfo Barros y Alejandro Suárez

Equipo de Trabajo

Director Ejecutivo: Sebastián Lacunza

Director de Relaciones Institucionales: John Reichertz

Asistente de Dirección: Soledad De Marco

Responsable del Programa de Monitoreo de la Libertad de Expresión: Mónica Baumgratz

Congreso 2007 - Staff

Realizador integral: Andrés D'Alessandro

Asistente y traductor: Ricardo Mosso

Corrección de primeras pruebas:

Esriptoria Servicios Editoriales www.esriptoria.com.ar

Universidad de Palermo

Facultad de Ciencias Sociales

Decana

Elsa Zingman

Dirección de Arte y Diseño Gráfico

Departamento de Diseño de la Universidad de Palermo

© Universidad de Palermo

Editado por Universidad de Palermo, año 2008, Buenos Aires, Argentina

ISSN 1515-2251

Hecho el depósito que marca la ley 11.723

Impreso en Argentina / Printed in Argentina

Universidad de Palermo

Mario Bravo 1259 (C1175ABW) Ciudad de Buenos Aires - Argentina

Tel.: (54 11) 5199-4500 Internos: 1301 al 1306 - Fax: (54 11) 4963-1560

E-mail: sociales@palermo.edu

Los contenidos son de exclusiva responsabilidad de sus autores y no reflejan la opinión de la Universidad. La reproducción total o parcial de este texto, en cualquier forma que sea, idéntica o modificada, no autorizada por los autores, viola derechos reservados; cualquier utilización debe ser previamente solicitada.

Índice

II Congreso Nacional e Internacional del Foro de Periodismo Argentino

Estándares profesionales e indicadores de calidad periodística

Prólogo	5
Agradecimientos.....	15
Acto de Apertura	17
Presentación del libro <i>Calidad periodística</i>	25
Conferencia inaugural “La importancia de los estándares de calidad periodística” <i>Charles Lewis</i>	29
Mesa de debate “Calidad en la investigación periodística” <i>Sandra Crucianelli, Marcelo Beraba y Ricardo Uceda</i>	33
Mesa de debate “Prensa y Gobierno” <i>Joaquín Morales Solá y Pepe Eliashev</i>	45
Mesa de debate “Vinculaciones entre publicidad y línea editorial” <i>Jim Rowe, Jorge Fontevicchia y Alicia Miller</i>	61
Mesa de debate “Calidad, el estado actual” <i>Teresa Téramo, Carlos Jornet e Ignacio Rodríguez Reyna</i>	85
Conferencia magistral “Periodismo de investigación por afuera de los medios para los medios” <i>Charles Lewis, Mónica González y John Dinges</i>	103
Mesa de debate “La calidad bajo fuego” <i>Carlos Giraldo, Jorge Elías y Pablo Biffi</i>	117
Mesa de debate “La calidad periodística en la cobertura de temas judiciales” <i>Fernanda Balatti, Pablo Abiad y Damián Loreti</i>	129
Exposición “Estudio comparativo: La pobreza en los medios latinoamericanos” <i>Karla Sponar y Ana Jacoby</i>	147

Mesa de debate “El periodismo y su compromiso social” <i>Alicia Cytrynblum y Daniel Tomasini.</i>	151
Mesa de debate “El periodismo frente a la crisis social: cómo cubre la inseguridad y la delincuencia” <i>Stella Martini, Mariano Saravia y Gonzalo Martínez.</i>	157
Mesa de debate “La calidad en la radio” <i>Magdalena Ruiz Guiñazú, Carlos Ulanovsky y Gustavo López.</i>	167
Conferencia magistral “La calidad en el periodismo deportivo” <i>Andrew Jennings.</i>	185
Conferencia magistral “Nuevas presiones sobre la ética periodística desde lo empresarial” <i>Edward Wasserman. Comentaristas: Carlos Reymundo Roberts y Miguel Wiñazki.</i>	195
Mesa de debate “Oficio <i>versus</i> comunicadores sociales: La calidad en la formación de los periodistas” <i>Pablo Mendelevich y Miguel Wiñazki.</i>	207
Mesa de debate “¿El <i>rating</i> es un parámetro de calidad?” <i>Pablo Sirvén, Gabriela Fabbro y Luis Majul.</i>	219
Mesa de debate “Las audiencias participativas, ¿mejoran la calidad del periodismo?” <i>Marcelo Franco y Gastón Roitberg.</i>	233
Conferencia magistral “El impacto de la revolución digital en los medios” <i>Rosental Alves.</i>	243
Conclusiones a cargo de <i>Jaime Abello y Fernando Ruiz.</i>	251

Prólogo

¿Qué es la calidad periodística? ¿Cómo se la puede medir? ¿Qué parámetros hay que utilizar para dimensionarla y con esto pretender mejorarla? Algunas de estas preguntas son las que se buscaron responder en el Segundo Congreso Internacional que organizó el Foro de Periodismo Argentino (FOPEA) en noviembre de 2007 en Buenos Aires. Las instalaciones de la Universidad de Palermo sirvieron para dar marco a un encuentro en el cual especialistas del exterior y de la Argentina pudieron debatir, ni más ni menos, cómo buscar mejorar la calidad del periodismo.

Como en el Congreso anterior –que giró en torno a la ética periodística y que fue el marco para presentar nuestro Código, generado y consensuado por periodistas de todo el país– se buscó encontrar los canales para devolverle al periodismo ese lugar de prestigio y responsabilidad que necesita. Las distintas exposiciones fueron aportando variadas piezas a ese rompecabezas, tan difícil de armar, sobre todo porque el terreno en el que se funda es movedizo y está en cambio permanente, aunque haya valores que hacen a la esencia del buen periodismo que permanecen incólumes a través del tiempo.

Si bien hubo piezas que se superponían y otras que se contradecían, todas aportaron lo suyo en la construcción final de un entramado que jamás se había abordado de esa manera.

Durante el transcurso de las mesas se plantearon temas recurrentes que giraron en torno a algunos ejes centrales:

- Ética
- Rigor informativo
- Multiplicidad de fuentes, orales y documentales
- Criterio profesional
- Investigación periodística
- Capacitación
- Responsabilidad
- Diversidad y pluralismo
- Reconocimiento de errores y su corrección
- Herramientas para la representación del público
- Manuales de estilo, Códigos de Ética y otros instrumentos orientativos
- Aportes al sistema democrático

Como un eje que unió ambas experiencias de FOPEA, resultó más que claro que hay un matrimonio indisoluble entre la ética y la calidad periodística. La ética como el espíritu, el alma, que recorre el trabajo periodístico y la calidad como el horizonte al que debemos dirigirnos en forma permanente. Aun cuando creamos haberla alcanzado, debemos preguntarnos si es así, y si ese nivel que hemos obtenido cumple con los parámetros de lo que corresponde devolverle a la sociedad desde nuestro lugar como periodistas.

Lo que sí resulta evidente es que los estándares éticos no sólo son una orientación frente a los desafíos que se pueden presentar ante una u otra circunstancia. Tienen que estar omnipresentes en cada momento y eso llevará también a una mayor calidad en la información. Es claro que no se puede lograr un periodismo de calidad sin ética, como también que el compromiso con esos valores éticos únicamente se puede lograr en un verdadero periodismo de calidad.

El rigor informativo significa no sólo que lo que se informe sea cierto, sino que la forma en que se transmite se ajuste de la mejor manera a la realidad: cómo se explica el tema –con un uso correcto del lenguaje– y cómo se lo contextualiza; cómo se utilizan herramientas que lleven a un periodismo de precisión; y en qué forma todo eso se traduce en la presentación informativa que se realiza.

Ahora, ¿cómo se hace para alcanzar mayor rigurosidad en el periodismo? Una de las claves está dada por la búsqueda de la multiplicidad de fuentes –orales y escritas, testimoniales y documentales– que enriquezcan el material ofrecido y que sean independientes entre sí.

El criterio profesional hace a la selección de qué es lo importante que merece ser contado a la sociedad, desde qué óptica y de qué manera debe ser narrado.

Para poder abordar todos esos aspectos claramente, se necesitan de otros instrumentos: uno de los más importantes es el de la capacitación permanente por parte de los periodistas. Capacitación que, además de enriquecerlos, es un deber ético del profesional de prensa, dado el lugar que ocupa en la sociedad.

También es fundamental que las empresas periodísticas apoyen y fomenten la capacitación de esos periodistas. Además de ser un elemento enriquecedor para ambos –medios y periodistas–, lo es para la sociedad en su conjunto. Por eso, la formación es incluso una obligación ética de quienes detentan nada más y nada menos que la confianza de una sociedad que se informa de sus propias realidades a través de ellos.

La capacitación mejora las competencias y herramientas comunicacionales de estos actores. Frente a todo ello, los periodistas deben profundizar sus estudios –si es posible con formación académica y universitaria– de manera que también alcancen una mayor autoconciencia de la profesión.

En la combinación de capacitación y responsabilidad, existe todo un campo que sostiene que, al tener mayores conocimientos sobre el tema que se aborda, además se logra un mayor compromiso, por el cual no sólo se busca dar la información acerca de un problema, sino también sus potenciales soluciones. Y al abordar temas tan complejos –como, por ejemplo, la pobreza y la inseguridad– aparte de mostrar las consecuencias, se debe indagar y profundizar sobre las causas de los problemas.

En cuanto a los aportes que el periodismo de calidad hace al sistema democrático, es fundamental el acceso a una mayor pluralidad de voces en su interior, la construcción de ciudadanía, el deber institucional y la democratización de los mensajes, evitando los pensamientos únicos.

Hay que apuntar a la diversidad, el pluralismo y entender que la multiplicidad de voces no es sólo algo que enriquece la comunicación, sino que es una condición sine qua non a cumplir por el periodismo de calidad.

También en esa búsqueda de excelencia, los medios y los periodistas deben preguntarse si muchas veces pueden funcionar como agentes potenciadores de la violencia u otras problemáticas sociales, examinando la forma que tienen de contar esos hechos.

Está claro que el periodismo de calidad va de la mano y se retroalimenta en forma permanente con la impronta democrática de una sociedad. Es mucho más difícil –cuando no imposible– ejercer un periodismo de calidad en aquellos lugares donde la democracia no existe, o es una ficción, o está condicionada. Es sustancialmente más plausible alcanzar la calidad periodística en democracia, porque fuera de ella el periodismo está silenciado, y sus libertades y las de toda la sociedad son censuradas.

En esta construcción democrática es que los medios, sean estatales o privados, deben aspirar a la diversidad, a la calidad y a la construcción de ciudadanía. En este caso, el aporte que la prensa puede hacer acerca de la utilización de un mecanismo de acceso a la información pública significa un paso superador de la calidad del periodismo y de la democracia.

Muchas veces un factor que puede llegar a afectar –desde lo macro hasta lo micro– es la formación de monopolios y oligopolios mediáticos. Eso puede conducir a la eliminación o minimización de la diversidad. Es más, muchas veces, apoyándose en esa “comodidad” de ser casi los únicos detentores de la información, se anula parte de esa búsqueda democrática y de excelencia que debe recorrer el espíritu de los medios de comunicación.

Otro punto a tener en cuenta es que, si bien tener indicadores de calidad periodística no puede volcarse en una práctica matemática, sí puede orientar en la forma de ir mejorando los parámetros. Hay elementos que ayudan en la construcción de calidad, por ejemplo, los manuales de estilo y de herramientas de gestión, o la existencia de códigos de ética, como el elaborado por FOPEA. Su cumplimiento es una forma de encaminarnos hacia esa búsqueda de la excelencia. La existencia de normas claras no debe palpase como forma de coartar la libertad, sino como un camino para potenciarla de manera constructiva.

También es fundamental el examen crítico de nuestros propios errores como periodistas y medios. Reconocer los errores, corregirlos y rectificarlos es una señal imprescindible para el mejoramiento de los estándares de calidad, e incluso un recurso fundamental para conquistar el bien más preciado del periodismo: la credibilidad.

Por otro lado, hay que propiciar la posibilidad de que se escuchen las voces de los ciudadanos, en forma directa o bien a través de figuras muy útiles como el Defensor del Lector u *Ombudsman* del Público. La existencia de esos instrumentos constituye un salto cualitativo fundamental para el periodismo y ratifica su compromiso con la sociedad, su verdadera razón de ser.

Pero esos canales no pueden ser el único vínculo con el público, sino que éste debe estar involucrado o tenido en cuenta en la construcción de la información. También pueden existir figuras de *Ombudsman* para la calidad periodística.

En los dos días del congreso, mereció un párrafo aparte el tema del manejo de las fuentes periodísticas. Para mejorar la calidad en la construcción del discurso informativo, es fundamental el chequeo de los datos al menos con dos o más fuentes, que sean independientes entre sí. También hay otros aspectos importantes que deben tenerse en cuenta, como la forma de relacionarse con las fuentes: se debe evitar el amiguismo o la confianza desmedida con ellas, sobre todo porque a veces eso genera vínculos tan complicados que convierten al periodista en un virtual rehén de esas fuentes.

Otro tema recurrente es el manejo de los *off the record*. Es condición fundamental respetarlo a rajatabla cuando se lo ha comprometido, pero también hay que regular su uso o, mejor dicho, su abuso: en cada trabajo periodístico hay que intentar alcanzar la mayor cantidad de fuentes en *on the record* y sólo se debe aceptar el *off* cuando los problemas que se le puedan llegar a ocasionar a la fuente lo vuelven un recurso imprescindible. Además, jamás se pueden aceptar ataques a terceros en *off the record*, sobre todo cuando a esa persona se le asigna algún tipo de delito.

Asimismo, es basal en el vínculo entre la prensa y la sociedad el principio de transparencia en la información: el ciudadano tiene todo el derecho a conocer cómo se consiguió determinada información, para ver si le resulta creíble o no. También es un elemento esclarecedor en esta búsqueda de transparencia el hecho de que los medios expliciten quiénes son sus propietarios o accionistas, para que el público pueda tener todos los datos en el momento de informarse y analizar el posicionamiento de cada uno frente a los distintos temas de la agenda pública.

Un tema fundamental para lograr un periodismo de calidad del medio es que esté bien separado el manejo comercial del manejo periodístico. En eso cobra especial relieve el tema de la búsqueda de publicidad, del cual todo periodista debe mantenerse alejado, ya que hay gente especializada para ello. Dentro de todo este escenario, también hay que tener particular cuidado en la caída de las fronteras entre la línea editorial y la publicidad.

A su vez, es clave que las empresas fortalezcan sus finanzas y se “blinden” diversificando sus anunciantes, evitando así quedar presos de unos pocos *sponsors*, sean públicos o privados. En esta dinámica, los empresarios de medios deben entender que hacer buen periodismo es hacer un buen negocio, y que a más calidad más lectores, y que a más lectores, más anunciantes. O sea, la calidad es además un excelente negocio.

También es central que se potencie el desarrollo del periodismo de investigación. Las empresas periodísticas deben incentivar no sólo la creación de equipos de investigación sino que también tienen que procurar que en cada nota que se realice se

utilicen esas técnicas. La experiencia profesional es clave para la investigación periodística y le otorga al periodismo otro escalón cualitativo en la búsqueda de excelencia. El patrimonio más grande de todo periodista es su credibilidad, y ella está inevitablemente asociada a la calidad de la investigación periodística.

Esa credibilidad sólo aparece si existe en periodistas y medios de comunicación un firme compromiso público con valores éticos y periodísticos. Esos valores son el equilibrio, la imparcialidad, la pluralidad y la separación entre información, opinión y publicidad. Pero también hay otros valores que aumentan la credibilidad del periodista: la corrección adecuada de los errores periodísticos y el derecho a réplica. Y, por supuesto, todo eso surge de un fuerte examen de conciencia o del ejercicio maduro de la autocritica, todos valores que sirven para hacer al periodismo más creíble y de mejor calidad.

Durante los debates aparecieron en forma permanente los puentes entre el periodismo de calidad y la democracia. Allí se hacen presentes distintas prácticas sustanciales del quehacer periodístico. La primera es que la información debe ser completa, sin agenda parcializada intencionalmente, con diversos puntos de vista y buscando la transparencia. La fiscalización y la investigación conforman el segundo aspecto. En todo momento debe predominar el criterio de servicio público. Es decir, el viejo adagio de que el periodismo debe constituirse en un perro guardián de la democracia.

En ese contexto es que vuelve a escena también –como un protagonista excluyente– el margen de participación de los ciudadanos, algo que debe conducir a mejorar la calidad del periodismo. Las nuevas tecnologías constituyen una herramienta de sumo valor para los periodistas, ya que les permiten conocer a su audiencia, interactuar con ella y enriquecerse con sus aportes. Es decir que la tecnología es un medio –no un fin– que, bien utilizado, puede potenciar las cualidades del periodismo. Y la propia vorágine de, por ejemplo, los medios digitales y la competencia permanente entre medios no debe convertirse en el talón de Aquiles de la calidad periodística en el desarrollo de estos nuevos soportes.

Después de los dos días de debate en el Congreso de Fopea, quedó una doble sensación: por un lado, el placer de haber abordado por primera vez un tema tan sustancial como la calidad periodística; por otro, la incertidumbre frente al enorme desafío que tenemos por delante.

Tras aquel debate con especialistas, los socios de Fopea seguimos discutiendo la elaboración de un documento en el que queden explicitados parámetros de la calidad periodística y nuestro compromiso hacia ellos, algo que sirva a los medios y a los periodistas como una guía referencial para tener en cuenta a la hora de intentar construir un periodismo de mayor calidad. En definitiva, un mejor periodismo. Después de meses de debate, llegamos a consensuar este documento sobre el tema que, como en el caso del Código de Ética de FOPEA, pretende ser un aporte en ese camino. Este es el documento:

Compromiso con la calidad profesional de los socios del Foro de Periodismo Argentino

Los socios del Foro de Periodismo Argentino (FOPEA) nos comprometemos a promover en nuestra tarea cotidiana los preceptos mínimos de calidad periodística aquí mencionados. Este aporte se orienta a establecer parámetros de acuerdo con los múltiples actores intervinientes en el proceso informativo (empresarios, publicistas, relacionistas, fuentes, etc.), para que el objetivo final de mejorar el nivel del periodismo sea efectivamente concretado.

Áreas de trabajo

1 – Ética

La aplicación de códigos de ética, como el aprobado por FOPEA en 2006, se traduce en la práctica en el mejoramiento de la calidad periodística.

2 – Política de errores

La exactitud y el rigor en la obtención, elaboración y redacción de la información son premisas fundamentales. Ello requiere, por un lado, de la prevención de errores mediante una gestión editorial adecuada para identificarlos y evitarlos. Una vez cometidos, la implementación de una política de reconocimiento y corrección debe ser transparente, con aclaraciones concisas, precisas, directas y comprensibles para todos.

3 – Agenda

La prioridad en la fijación de la agenda periodística será el respeto y el fortalecimiento de la democracia, la honestidad, el pluralismo, la tolerancia ante el disenso y la obligación de brindar información útil a la sociedad. La agenda nunca debe ser establecida por conceptos o intereses que no sean periodísticos.

4 – Transparencia

El público tiene derecho a conocer los criterios periodísticos sobre los motivos por los que se publica o no una determinada noticia. El derecho de los pueblos a estar informados debe ser atendido de modo prioritario, por encima de intereses económicos, políticos, empresariales, profesionales o sectoriales de cualquier grupo o persona.

5 – Citas

La reproducción de los argumentos, narraciones e ideas de las fuentes consultadas, sin tergiversación ni adulteración, hace al nudo central cualitativo de una información imparcial y precisa, tanto en hechos actuales como históricos.

6 – Marco laboral

El respeto a las leyes y convenios que rigen la profesión hace a la calidad periodística. Garantizar al trabajador de prensa su tiempo de descanso entre las jornadas laborales le permite desarrollar su vida privada, tanto en lo familiar como en lo recreativo, lo formativo y muchos aspectos más de su existencia plena. Sólo en casos excepcionales, se podrá pedir a los periodistas que cubran tareas fuera de lo normal, lo que deberá ser compensado luego. Asimismo, la remuneración debe ser justa, equitativa, proporcional al trabajo desarrollado y suficiente para una vida con dignidad.

7 – Lenguas

Respetar el correcto uso de las lenguas habladas en la Argentina y de sus diversidades geográficas, culturales y sociales es una obligación del periodista. Esa variedad hace a nuestro enriquecimiento como sociedad y potencia el respeto al otro. Reconocemos como máxima autoridad del castellano que se habla y escribe en el país a la Academia Argentina de Letras. Propiciamos la adopción de libros de estilo periodístico que permitirán unificar criterios y mejorar la calidad de redacción.

Parámetros de calidad relativos a la actividad periodística

A) Origen de la información

- 1- Toda noticia tiene que estar atribuida a una fuente oral (citada en forma *on the record* si es posible) o documental. Los receptores tienen derecho a conocer el origen de la información. Esta es una norma básica del contrato de los periodistas con lectores, televidentes u oyentes.
- 2- Hay que resistirse a conceder el *off the record*, que puede ser contemplado sólo cuando esté en peligro la vida, la integridad física, la estabilidad laboral de la fuente o se pueda recusar a un juez o fiscal entre otras circunstancias importantes. El *off the record* se concede a pedido del entrevistado o fuente y no a la inversa.
- 3- Toda noticia basada en fuentes anónimas deberá citar por lo menos dos fuentes independientes entre sí.
- 4- Nunca se publicarán ataques, opiniones descalificatorias o agresiones a terceros basados en fuentes anónimas.

B) Responsabilidades adicionales del periodista

- 1- En las noticias controversiales, como denuncias o críticas, deberá requerirse la opinión del denunciado y publicarla. Si se niega, se informará a los lectores que la gestión en tal sentido fue hecha.
- 2- Corresponde que el periodista se identifique como tal siempre que se va a citar el testimonio de una persona en una nota. Se deberá tener el consentimiento del entrevistado cuando se lo grabe.

- 3- Las citas textuales deben respetar fielmente lo que las fuentes dicen, tanto en su contenido como en su espíritu, sin supresiones distorsivas. Cuando se trate de fuentes no entrenadas para enfrentar a los medios, se evitará potenciar su dificultad de expresión o mala praxis.
- 4- El periodista siempre deberá consignar el lugar en el que se encuentra para reportear. Los hechos que no fueron presenciados o las declaraciones que no fueron obtenidas deberán ser atribuidos correctamente.
- 6- Copiar fragmentos de trabajos ya publicados por otros medios sin mencionar su procedencia es una falta grave. Informar el hecho como un hallazgo propio es una explotación deshonesto del trabajo ajeno.
- 7- Los periodistas deben tener una formación de suficiente nivel, preferentemente universitaria, que les permita manejar todas las herramientas necesarias para ejercer con calidad nuestra profesión. Los periodistas están obligados éticamente a la capacitación permanente.

C) Responsabilidades compartidas por el periodista y el medio

- 1- Las fotografías y videos deben ser fieles a la realidad que intentan reflejar. Este principio excluye expresamente escenas montadas con propósitos de manipulación. Cuando se realice un montaje para ilustrar, se deberá explicar a los receptores que se trata de una recreación.
- 2- Se debe garantizar el acceso de la mayor cantidad de voces al tratamiento informativo y buscar que la pluralidad de actores sociales tenga la posibilidad de expresarse en los medios. El desarrollo de este postulado hace a la construcción de una democracia con múltiples y diversos exponentes, y a la amplitud de opciones para los ciudadanos.
- 3- El periodista y el medio deben rectificarse lo más rápido posible si se dan cuenta de que se publicaron datos falsos, incluso por acción de terceros. La fe de erratas debe estar en un lugar visible. Si el error fue inducido por la acción de terceros, es obligación del periodista y del medio identificarlos y explicar expresamente lo ocurrido, para que el ciudadano esté informado de la situación.
- 4- La aplicación del código de ética, como el aprobado por FOPEA en 2006, se traduce en la práctica de un mejoramiento de la calidad periodística. A sus postulados nos remitimos.
- 5- Los periodistas deben mantenerse ajenos a la venta de publicidad u otros intereses comerciales o financieros en beneficio propio o de la empresa en la que trabajan, así como la empresa no puede exigirle al periodista tareas ajenas a su actividad.
- 6- Periodistas y medios deben comprometerse con valores claves de la democracia como la libertad de expresión, la defensa de las libertades individuales y los derechos humanos, el pluralismo y la no discriminación.

D) Responsabilidades de las empresas periodísticas

- 1- La información debe estar claramente distinguida de la publicidad, y las noticias de la opinión de la empresa.
- 2- La actividad comercial de la empresa no debe condicionar el trabajo de sus periodistas. Es recomendable la total independencia entre los departamentos comerciales y el quehacer periodístico.
- 3- Las empresas periodísticas deben fomentar y apoyar la capacitación profesional de sus periodistas.
- 4- Los medios tienen que brindar la mayor cantidad de instrumentos, herramientas y condiciones favorables para que sus periodistas puedan desarrollar su trabajo con la máxima profesionalidad, potenciando la investigación periodística en todos sus niveles.
- 5- La creación de figuras como el Defensor del Lector son fundamentales dentro de la responsabilidad social que tienen los medios. Además se deben mejorar los sistemas periodísticos de controles internos para detectar errores y fraudes.
- 6- Las empresas periodísticas deben sobreponer el interés público al propio, entendiendo a la información no como una mercancía sino como un bien social, y actuar en consecuencia.
- 7- Es fundamental que los ciudadanos conozcan la verdadera propiedad de los medios y que las empresas periodísticas transparenten lo máximo posible quiénes son sus accionistas.

Esperamos que este documento sea de utilidad para todos los que intervienen en el proceso informativo y para la sociedad en su conjunto. Nuestro horizonte, desde el Foro de Periodismo Argentino, es buscar un mejor periodismo. Y ese es el camino que empezamos a recorrer.

Gabriel Michi
Presidente del Foro de Periodismo Argentino
Buenos Aires, septiembre de 2008

Agradecimientos

El Foro de Periodismo Argentino (Fopea) agradece especialmente a la Universidad de Palermo, por su colaboración integral para la realización del Congreso; a Petrobras por el apoyo económico para la publicación del libro *Calidad periodística*; a los *sponsors* YPF, Banco Santander Río, Fundación Noble (Grupo Clarín) y Diario La Voz del Interior; y a las fundaciones e instituciones que auspiciaron financieramente la realización del Congreso: Open Society Institute, Konrad Adenauer Stiftung, British Council, Ford, Knight Center for Journalism at the University of Texas at Austin, AVINA, Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo-Argentina y Fundación Diario La Nación.



Daniel Santoro,
Elsa Zingman,
Pablo Mendelevich,
Juan Antonio
Boglione y
Bartolomé de
Vedia en el Acto
de Apertura



Damián Loreti,
Pablo Abiad y
Fernanda Balatti
en el Panel "La
calidad periodística
en la cobertura de
temas judiciales".



Magdalena Ruiz
Guiñazú, Carlos
Ulanovsky y
Gustavo López en
el Panel "La calidad
en la radio".
