

Compromiso social del profesional de la comunicación ¿Ética o política?

Daynú Acosta
daynuacosta@hotmail.com

*“¿Tu verdad? No, la Verdad,
Y ven conmigo a buscarla.
La tuya, guárdatela”*

Antonio Machado

Resumen

En el presente trabajo de investigación, de carácter documental, se analizan planteamientos teóricos de expertos en el área de la ética periodística: Cuenca, Restrepo y Sartori, entre otros; así como la función comunicativa en los mass media como profesión y en otras áreas afines al estudio del quehacer humano y del entorno cotidiano del hombre: Ayllon, Ortega y Gasset, Savater y otros. Estos autores abordan aspectos deontológicos de la comunicación social como profesión, y del hombre como ser social responsable. Se analiza el impacto de los medios en la sociedad: el protagonismo que ejerce el emisor del mensaje, el entorno y la dialéctica emergente en los discursos mediáticos que estimulan algunos comportamientos y la llamada opinión pública. Para contextualizar el enfoque, son analizados 24 titulares de la prensa regional (*La Verdad* y *Panorama*) publicados semanas previas al referéndum consultivo de la enmienda constitucional de enero de 2009. Se concluye que hay una urgente necesidad de rescatar la idea y la práctica de la constante preparación humana y profesional del comunicador social, la cual es característica innata del experto de la comunicación social como agente de cambio social.

Palabras clave: Compromiso del comunicador social, Ética del comunicador social, hombre como ser social, constante preparación profesional, Ética y política.

Introducción

La evolución del hombre, desde siempre, ha estado totalmente ligada a la comunicación, es decir a la creación y transmisión de conocimientos que fortalecen cada día la ciencia. La profesión del comunicador social es dinámica. Por tanto el comunicador social debe de estar en constante investigación y divulgación adecuada de la verdad, hacia allí va encaminada su acción.

A partir de este criterio se presenta un trabajo investigativo con consultas hemerográficas en cuanto al corpus de análisis seleccionado (12 titulares de prensa del diario La Verdad y 12 del diario Panorama, ambos publicados en el municipio Maracaibo del estado Zulia-Venezuela) y se hizo revisión bibliográfica de varios autores que tratan el tema de la deontología periodística, la ética en el campo de la comunicación social como disciplina que afecta a colectivos. También sobre los aspectos técnicos que rigen la carrera para el buen desarrollo y entendimiento del proceso comunicativo a través de los mass media, que sea efectiva la transmisión de información veraz y pertinente para el lector.

El Código de Ética del Periodista Venezolano fue consultado, y varios de sus artículos son citados para hacer un ejercicio nemotécnico sobre normas establecidas por una convención gremial, con la intención de orientar el eficiente y digno ejercicio del periodismo. Normas que a partir del corpus seleccionado se concluirá si son tomadas en cuenta al elaborar y emitir un mensaje, que a veces se pretende pasar por información.

Lo que se intenta no es cuestionar la línea política o política editorial de cada medio analizado en este trabajo a partir de sus titulares de primera página, sino una revisión de la aplicación de las técnicas básicas de periodismo, la pertinencia social, el cumplimiento de los objetivos profesionales basados en la deontología de la carrera y del código de ética del periodista venezolano.

La delimitación temporal escogido es el mes de enero de 2009, previo al referéndum consultivo sobre la enmienda. Se consultó solamente el titular de apertura de primera página, con su respectivo antetítulo o subtítulo, de doce días del mes de enero, escogidos según el criterio de impacto noticioso, concordancia en la selección del tema y la intención del impacto noticioso con el uso de lenguaje coloquial, hipérbaton y valores de la noticia.

Una primera parte del artículo se desarrolla en la presentación de teorías consultadas y el aporte interpretativo de dichos planteamientos. Luego se presenta una propuesta a través de un cuadro que contiene categorías de análisis, con elementos técnicos de la profesión propuestos por Marín y Cuenca, entre otros, y algunas categorías expuestas por el autor de esta investigación como: tema (política, economía, salud...) Valores de la noticia, clasificación del mensaje del titular (si es informativo, mera opinión o propaganda), número de palabras en el titular (tomado en cuenta que las actuales teorías de redacción invitan a no exceder de nueve palabras y otras once), utilización de verbos, elemento indispensable para la formación sintáctica (que es la última categoría de análisis del cuadro), que de cómo resultado el proceso semántico.

Luego de la tabulación se presentan conclusiones en las cuales se reitera la necesidad urgente de hacer una mirada interna sobre el desempeño profesional individual, el ambiente de presión laboral tanto interno (la empresa) como externo (la calle y las fuentes), la aplicación de los conceptos técnicos básicos de redacción, ortografía, valoración de la noticia y conciencia de la función esencial que la profesión periodística representa para el individuo y la sociedad.

Dilema ético y deontología periodística

El concepto de ética se vincula a la acción individual del hombre dentro del entorno social. Se estima según las consecuencias directas e indirectas resultantes de sus acciones, las cuales materializan un pensamiento previo, una visión, reflejan valores, cultura, formación intelectual, educación, prudencia..., representa una radiografía fidedigna de cada hombre, socialmente hablando. El tipo de comportamiento de cada uno se diferencia de acuerdo al grupo humano al cual pertenece, creencias religiosas y a las reglas colectivas establecidas, con las cuales se pretende mantener equilibrio en el desarrollo de la vida social.

Cuando al ámbito de la comunicación social se refiere, la ética incluye a todo individuo productor de mensajes mediáticos; cualquier idea que emita causará un efecto que se evidenciará en el comportamiento de los receptores. En la medida en que todo comunicador es consciente del uso de los medios, códigos (lingüísticos, visuales, auditivos...), del "impacto que los mensajes pueden producir y de las diferentes acciones que se involucran en el uso de la comunicación masiva" se patentan la trascendencia de su compromiso ético (Cuenca, 1995: 31) y de su función como aporte fundamental en la

“formación integral del individuo y de la sociedad” (Código de ética del periodista venezolano, Art 1).

“Periodísticamente se ha llegado a considerar como un mandato ético-moral el hecho de ser “objetivo” en la redacción de la noticia. La objetividad en el periodista equivale de alguna manera a decir la verdad” (Cuenca, 1995: 74). Para el ciudadano común, que poco analiza, lo que Charaudeau (2003: 24) denomina el *blanco afectivo*, esta es una condición sine qua nom **OJO REVISAR**, que identifica a todo periodista, a pesar del grado de polarización que existe actualmente en Venezuela, cada bando le concede credibilidad a su periodista, al que le informa lo que él (ella) quiere escuchar.

Este punto de la credibilidad se trastoca con frecuencia cuando intereses de cualquier índole: político partidista, económico, cultural, religioso... en fin, no importa cual sea la motivación, el precio siempre es el mismo: palangre, ciudadanos desinformados, sociedad que no se conoce en un grado aceptable para garantizar progreso, equidad y justicia. El asunto no es de solo aprovechamiento de la “oportunidad” eventual que el periodista asume, sino de los efectos que esas acciones generan. Si no hay conciencia de eso, el lamentable resultado se hace evidente en la cotidianidad mediática, que es la cotidianidad del ciudadano, de la sociedad, del país.

Ahora bien, cuando estos asuntos se enquistan en la práctica periodística la sociedad es afectada porque el medio es afectado, y en consecuencia, los diarios no expresan totalmente realidades. Crean un espacio particular, parcializado, propio a partir de interpretaciones impuestas por el interés económico. Se abrogan un emblema de

veracidad que la historia les ha delegado como cronistas de la cotidianidad social. Establecen códigos independientes de lo real, legitimadores de discursos. En síntesis de realidades creadas (Berruecos, 2000: 106; Calsamiglia 2000: 3; De Semir, 2000: 11).

Sobre el ejercicio del periodista como profesional de la comunicación social, Carlos Marín (2004: 23) establece:

- **Dominio técnico del periodismo, como la responsabilidad profesional.**

Utilizar con destreza las técnicas periodísticas de recolección de información y su procesamiento para hacerla entendible al público y luego utilizar un canal adecuado por medio del cual ese mensaje pueda ser enviado y recibido efectivamente por el receptor, es una responsabilidad directa del profesional de la comunicación. La codificación de mensajes es labor prioritaria del comunicador social. Fundamentada en un discurso coherente, crítico, analítico, claro y entendible por todo público.

- **Apego a la verdad, como responsabilidad de inteligencia.**

Más que responsabilidad es una característica patente en todo profesional que asume un compromiso del cual está consciente las implicaciones sociales que acarrea. **“Es, en efecto, natural al hombre aspirar al conocimiento de la verdad”** (Juan Pablo II, 1998: 3). Esta aspiración es el estímulo que generaciones han utilizado para labrar progreso, orden, justicia, ciencia y sobre todo conocimiento, que parte

de una concepción segura del entorno y de lo que le afecta tanto en el tiempo como en el espacio geográfico y virtual.

- **Conciencia de servicio al público...**

No hablamos de servilismo, ese concepto tan ruin y oportunista. Es actuar con conocimiento de causa de la labor, las consecuencias y efectos de los mensajes mediáticos, el saber qué hacer y decir para lograr objetivos guiados por el concepto del bien común.

De la profesión

Ayllón (1998: 209) expone que la conducta ética se desarrolla en cuatro grandes direcciones:

1. **Ser capaz de aplicar el conocimiento genérico y teórico del bien a cada caso concreto: prudencia**
2. **Como el hombre es esencialmente social, obrar bien será respetar el derecho ajeno, dar a cada uno lo suyo: justicia**
3. **Dado que hacer el bien es, a veces, muy costoso, estar dispuesto a sufrir por conquistar o defender el bien es fortaleza**
4. **Y como el hombre es animal racional, controlar los deseos orgánicos, para que el animal no anule lo racional, es templanza**

El comportamiento humano delimita, según el contexto social, las reglas o el conjunto de juicios de valores que determinan el código de ética en cada una de las profesiones existentes para preservar el bien común y evitar las prácticas nocivas dentro del ámbito profesional. Toda actividad que el hombre realice como ser social, ya sea profesional o no, debe estar encaminada por una serie de parámetros que irán a canalizar esas acciones en un comportamiento adecuado tanto para la persona actuante como para quienes le rodean.

Cada uno de estos valores es el resultado de una actitud personal y profesional que delinea a cada individuo. Es un camino labrado y siempre en espera de tránsito de nuevos peregrinos comunicacionales, quienes entendiendo su condición, desarrollarán las virtudes que solo el tiempo y la dedicación concede. Sobre este planteamiento Ayllón acota que para alcanzar el conocimiento y aplicación de la ética es menester ejercitarla y practicarla constantemente. Los hábitos son aprendidos por el ejercicio cotidiano. De allí el siguiente sabio ejemplo histórico:

“Así también, practicando la justicia nos volvemos justos. Si esto no fuera así no habría necesidad de maestros, pues todos seríamos de nacimiento buenos o malos. Sin embargo, es nuestra actuación en los negocios lo que nos hace justos o injustos; y nuestra conducta ante el peligro lo que nos hace cobardes o valientes. También ante los apetitos y la ira unos se vuelven moderados y apacibles y otros desenfrenados e iracundos. En resumen, los hábitos se engendran por repetición de actos semejantes. Por consiguiente, el adquirir desde jóvenes tales o cuales hábitos

no tiene poca importancia ni siquiera mucha: Tiene una importancia absoluta" (Aristóteles en Ayllón, 1998: 210).

De igual manera sucede con la ética, se debe incluir en los procesos formativos que la familia aplica a cada niño y, posteriormente las escuelas, liceos y universidades complementar ese proceso durante los años de estudio. Si todo es un proceso de aprendizaje constante para lograr conciencia del lugar en el cual estamos y del momento que nos toca vivir ¿qué impide hacerlo?

Ética, medios y código de ética

Actualmente en Venezuela, hay una paridad entre los medios de comunicación social privados y los del Estado, lo cual inclina la balanza según el periódico que se compre. El profesional recién egresado como comunicador social está propenso a enfrentar una problemática inevitable ¿hacer lo que su preparación universitaria y sobre todo valores personales le impulsan, o formar parte de un sistema? La decisión siempre será personal y la responsabilidad intransferible, sea el caso que sea.

Se presentan algunas consideraciones a partir del Código de Ética del periodista Venezolano, en cuanto a aspectos que se consideran son trastocados actualmente por la movilidad emergente de los acontecimientos. Por tanto se presentan las siguientes artículos a modo de reflexión y recordatorio: Artículo 1 del Código de Ética del Periodista Venezolano; **"El periodismo es un servicio de interés colectivo y el periodista debe ejercerlo consciente de que cumple una función**

indispensable para el desarrollo integral del individuo y de la sociedad”.

Artículo 6 se consagra que el trabajo periodístico se debe al pueblo y el mismo tiene derecho de recibir informaciones apegadas a la verdad de los hechos.

El periodista está amparado por el Código de Ética en su capítulo V, artículo 32, en el cual se decreta que “...sólo está obligado a responsabilizarse por su trabajo intelectual, apegado al presente Código de Ética y a los deberes señalados en las leyes y la constitución de la República”. Pero ¿qué pasa con esto hoy en día?

En el artículo 33 se plantea el rechazo por parte del comunicador social a cualquier presión de directivos y empresarios para transgredir las normas del Código de Ética o cualquier otra disposición derivada del Colegio Nacional de Periodistas ¿Cuál es la realidad actual?

Queda precisado en el artículo 34 el derecho que tiene el periodista de exigirle a la empresa respeto hacia sus ideas, al igual que hacia cualquier material de tipo informativo que haya entregado ya elaborado. También debe demandar que se mantenga la autenticidad y el sentido del material suministrado bajo su firma.

Artículo 42: “El periodista debe rechazar presiones que puedan ejercen gobiernos y grupos económicos, políticos o de cualquier otra índole para deformar, manipular o censurar informaciones”.

Vistos algunos artículos y analizado algunas teorías cabe reflexionar: Los cambios comienzan por las personas, por sus conductas y actitudes frente a las situaciones de la vida, no se hace nada con tener leyes bien hechas que igualmente sirvan para manipular el sistema judicial y de comunicaciones. Cualquier reglamentación existente es letra muerta si no hay quien la cumpla, si no hay quienes las hagan cumplir o, peor aún, si quienes son los encargados de hacerlas cumplir se valen de su investidura para nutrirse de regalías mal habidas, que sólo envilecen a pocos y perjudican a muchos.

Una de las principales funciones que cumple el comunicador social en el ejercicio legal de su profesión es la de informar, dar a conocer los hechos, opiniones y decisiones que forman el día a día del desarrollo humano, reducir el grado de incertidumbre, en las personas. Sin embargo, el comunicador social es una fuente de información secundaria y a veces terciaria. Esto lo compromete aún más a difundir informaciones lo más aproximadamente cercanas a la verdad de lo que pasó u ocurrió. El trabajo periodístico se debe al receptor, Claro que hay que respetar las jerarquías, cuando así se han ganado ese respeto. Cada uno en su área, dueños de medio, periodistas y público en general.

Justificación ante el deber

“El fracaso tiene mil excusas, el éxito no tiene explicación”

Miguel Ángel Cornejo

Hoy en día la actuación de los medios de comunicación y de los periodistas es cuestionable desde dos bandos fundamentales. La

dinámica comunicacional político-social actual crea situaciones de discusión en las universidades, plazas y diversos sitios de concentración pública. Es inevitable. Son los medios los generadores de este discurso a través de los mensajes elaborados, el cómo son abordados o ignorados es asunto público y por tanto, cuestionable, perfectible, definitivamente supervisable.

Cualquier justificación para validar alguna acción inadecuada, alegando presión es sencillamente eso, una excusa. Toda responsabilidad recae en los hombros de su hacedor. El compromiso ético no dispone de comodines. La verdad siempre está allí, a pesar de cualquier versión. Sería como decir que no ha amanecido sólo porque las nubes tapan el sol y no lo vemos. Es posible modelar y maquillar el discurso y algunas pruebas, pero allí está el gran error. El asunto de la ética no se manifiesta en el nivel de las apariencias, en el qué dirán o hacer creer a los demás, es conciencia pura, no hay otro escenario. El sol está allí así las nubes o la rotación terrestre no lo dejen ver. Esto al igual que nuestra responsabilidad y capacidad creadora o destructora es intransferible y real. Palpable casi literalmente.

Tristemente existen algunos que se escudan en cualquier justificación posible, muchas son lugares comunes. **“Un mal amor me hizo ver recto el camino torcido”** Dante, La divina Comedia.

Opinión pública y responsabilidad social

“Cada nueva circunstancia histórica, nos hace comprender que la opinión pública es el espacio fundamental de la sociedad democrática”. (Cuenca, 1995: 117).

Si partimos del hecho de que los medios de comunicación social pueden generar una matriz de opinión en los ciudadanos, es decir, estimulan lo que conocemos conceptualmente como opinión pública, entonces pueden ocasionar consecuencias sociales, debido a que toda acción antepone un pensamiento, este es su origen. Entonces, en la intención del emisor está la respuesta del objetivo pretendido en los mass media. Una información desencadena acciones positivas o negativas.

Otro asunto de responsabilidad es la formación técnica profesional. Si una noticia está mal estructurada puede ser mal interpretada por el público y generar acciones injustas, equivocadas y fundamentadas en una acción irresponsable. No en vano dijo Bolívar: **“La primera de todas las fuerzas es la opinión pública”**. Para bien o para mal, los medios estimulan esta llamada opinión pública.

En Colombia para 1996 ocurrió un hecho lamentable. Javier Dario Restrepo fue amenazado de muerte. Para agravar más la situación, su hija Gloria Inés Restrepo, leyó antes que su padre el siguiente mensaje electrónico: “despreciable viejo, ayer visitaste a Galán. Mañana Galán visitará tu tumba, porque usted hace más daño que el mismo Galán. Firma COLSINGUE.

El mensaje fue enviado por el grupo paramilitar Colombia sin Guerrilla y el motivo de esta acción fue la publicación en una revista de una supuesta visita que Restrepo hiciera a Galán cuando se encontraba en la cárcel. En ese momento no importó que la información fuera falsa. La visita de Restrepo a Galán nunca se dio, al igual que la ejecución de la amenaza. Lo irónico y lamentable de este caso fue que el hecho tuvo su origen en la acción irresponsable de un medio de comunicación social. Para ser más específicos, en la acción del periodista ¿Cuál era su intención?

“Sé padre de las virtudes y padrastro de los vicios... No te muestres, aunque por ventura lo seas –lo cual yo no creo-, codicioso, mujeriego ni glotón; porque en sabiendo el pueblo y los que te tratan tu inclinación determinada, por allí te darán batería, hasta derribarte en el profundo de la perdición” (Cervantes, 2000: 939). Estas ideas de Don Quijote a Sancho Panza cuando era gobernador de la Ínsula Barataria, simbolizan una acción asumida desde la mirada ética, lógica o de la prudencia, fortalecida en una formación humana y profesional, acorde con una visión de responsabilidad individual y social. De causa y efecto.

En sintonía con este planteamiento López Vigil (2004: 282) señala “La información es un bien social, no una mercancía. Los comunicadores y comunicadoras interactúan con ciudadanos y ciudadanas, no se dirigen a clientes”.

En una entrevista publicada en el diario El Universal el domingo 14 de noviembre de 2004, Margarida Ramos, Coordinadora de Relaciones Institucionales de la UNESCO-Brasil, respondió lo siguiente “La sociedad es la ley. La gran controladora y sobre todo de las empresas que

dependen del público. Y mientras este sea mejor informado, será más consciente, lo cual a su vez, depende de los contenidos del medio". Este énfasis en los contenidos del medio es fundamental para el progreso social. Un ciudadano bien informado puede participar activa y pertinentemente en su localidad, para su país. Si actúa consciente de su responsabilidad el periodista cumple sus objetivos de informar, educar a través de los mass media. Colabora directamente en la formación del individuo y de la sociedad.

Análisis de titulares

Cuadro 1

Periódico	Fecha	Antetítulo/Subtítulo	Título principal	Ubicación de la noticia		
Panorama	02/01/09	Informe financiero hasta septiembre de 2008	Ganancias de Pdvsa subieron a \$12 millones	Antetítulo y título		
La Verdad	02/01/09	La Asociación Nacional de Consumidores señala que el gobierno limita los viajes al extranjero	Toque de QUEDA con los DÓLARES	Antetítulo		
Periódico	Tema	Valoración noticiosa	Clasificación del mensaje del titular	Número de palabras	Uso de verbo	Sintaxis
Panorama	Economía	Consecuencia	Información	7	Sí	P-S-V
La Verdad	Economía	Consecuencia	Propaganda	6	No	---

Cuadro 2

Periódico	Fecha	Antetítulo/Subtítulo	Título principal	Ubicación de la noticia
Panorama	05/01/09	Abarrotado Cúcuta de Venezolanos	Hasta hoy se usará el cupo en la frontera	Antetítulo y título

La Verdad	05/01/09	Jesee Chacón anunció ayer que desplegarían su poder mediático para lograr el apoyo a la enmienda	GOBIERNO ABUSADOR			Antetítulo
Periódico	Tema	Valoración noticiosa	Clasificación del mensaje del titular	Número de palabras	Uso de verbo	Sintaxis
Panorama	Economía	Consecuencia, prominencia	Información	9	Sí	---
La Verdad	Política	Consecuencia	Opinión	2	No	---

Cuadro 3

Periódico	Fecha	Antetítulo/Subtítulo		Título principal	Ubicación de la noticia	
Panorama	08/01/09	El presidente insiste en consulta para el 15 F		El 16 AN entregará a CNE la enmienda	Antetítulo y título	
La Verdad	08/01/09	LyondellBasell, petroquímica estadounidense en bancarota, debe a PDVSA 233,6 millones de dólares		Se perdieron esos cobres	Antetítulo	
Periódico	Tema	Valoración noticiosa	Clasificación del mensaje del titular	Número de palabras	Uso de verbo	Sintaxis
Panorama	Política	Consecuencia, Prominencia	Información	8	Sí	S-V-P
La Verdad	Economía	Consecuencia	Opinión	4	No	---

Cuadro 4

Periódico	Fecha	Antetítulo/Subtítulo		Título principal	Ubicación de la noticia
Panorama	12/01/09	Un caso confirmado y dos sospechosos		Alerta en Cabimas por casos de meningitis	Antetítulo y título
La Verdad	12/01/09	Extrabajadores de la presa denunciaron que en la obra se utilizaron materiales de desecho		Chanchullo en El Diluvio	Antetítulo

Periódico	Tema	Valoración noticiosa	Clasificación del mensaje del titular	Número de palabras	Uso de verbo	Sintaxis
Panorama	Salud	Consecuencia	Información	7	Sí	---
La Verdad	Comunidad	Consecuencia	Opinión	4	No	---

Cuadro 5

Periódico	Fecha	Antetítulo/Subtítulo	Título principal	Ubicación de la noticia		
Panorama	13/01/09	Será una sóla y la llevarán el viernes al CNE	Asamblea Nacional redactó la pregunta	Antetítulo título		
La Verdad	13/01/09	SUBTÍTULO: ¿Aprueba usted la enmienda de los artículos 160, 162, 174, 192 y 230 de la Constitución de la República tramitada por la Asamblea Nacional que amplía los derechos políticos del pueblo con el fin de permitir que cualquier ciudadano o ciudadana, en ejercicio de un cargo de elección popular, pueda ser sujeto de postulación como candidato o candidata para el mismo cargo por el tiempo establecido constitucionalmente dependiendo su posible elección exclusivamente del voto popular?	Esa pregunta NO la entiende nadie	Ambigüedad		
Periódico	Tema	Valoración noticiosa	Clasificación del mensaje del titular	Número de palabras	Uso de verbo	Sintaxis
Panorama	Política	Consecuencia	Información	5	Sí	S-V-P
La Verdad	Política	Consecuencia	Propaganda	6	Sí	---

Cuadro 6

Periódico	Fecha	Antetítulo/Subtítulo	Título principal			Ubicación de la noticia
Panorama	16/01/09	Zulianos alarmados con la inseguridad	El tercer secuestro en una semana			Antetítulo y título
La Verdad	16/01/09	SUBTÍTULO: Los chavistas señalan que la oposición adelanta una campaña basada en la manipulación	Tienen miedo <u>a</u> decir REELECCIÓN			Antetítulo
Periódico	Tema	Valoración noticiosa	Clasificación del mensaje del titular	Número de palabras	Uso de verbo	Sintaxis
Panorama	Seguridad	Consecuencia, proximidad	Información	6	Sí	P-V
La Verdad	Política	Consecuencia	Opinión, Propaganda	5	Sí	S-V-P

Cuadro 7

Periódico	Fecha	Antetítulo/Subtítulo	Título principal			Ubicación de la noticia
Panorama	18/01/09	Al mes 30 mil jóvenes cumplen 18 años	Abrir el RE sólo incidiría en un 1%			Antetítulo y título
La Verdad	18/01/09	El primer mandatario dio la orden de poner preso a quien proteste	Chávez está ASUSTADO			Antetítulo
Periódico	Tema	Valoración noticiosa	Clasificación del mensaje del titular	Número de palabras	Uso de verbo	Sintaxis
Panorama	Electoral	Consecuencia	Información	8	Sí	V-P
La Verdad	Política	Prominencia, consecuencia	Opinión	3	Sí	S-V-P

Cuadro 8

Periódico	Fecha	Antetítulo/Subtítulo	Título principal		Ubicación de la noticia
Panorama	20/01/09	Con ansia el mundo	Obama desde hoy		Antetítulo

		aguarda el primer discurso, inspirado, según dijo, en Lincoln y Kennedy	en la Casa Blanca	título		
La Verdad	20/01/09	Ataques a la Nunciatura, a estudiantes y a Marcel Granier	La receta de Chávez	Ambigüedad		
Periódico	Tema	Valoración noticiosa	Clasificación del mensaje del titular	Número de palabras	Uso de verbo	Sintaxis
Panorama	Internacional	Consecuencia	Información	7	No	S-P
La Verdad	Política	Consecuencia	Propaganda	4	No	P-S

Cuadro 9

Periódico	Fecha	Antetítulo/Subtítulo	Título principal	Ubicación de la noticia		
Panorama	21/01/09	Barak H. Obama se convirtió formalmente, en el primer mandatario negro de los Estados Unidos	“El mundo cambió debemos cambiar con él”	Antetítulo Titular		
La Verdad	21/01/09	Colectivo La Piedrita y el partido de Lina Ron arremetieron contra la oposición	¿Quiénes son los violentos?	Antetítulo		
Periódico	Tema	Valoración noticiosa	Clasificación del mensaje del titular	Número de palabras	Uso de verbo	Sintaxis
Panorama	Internacional	Prominencia	Información	7	Sí	S-V-F
La Verdad	Política	Consecuencia	Opinión	4	No	---

Cuadro 10

Periódico	Fecha	Antetítulo/Subtítulo	Título principal	Ubicación de la noticia
Panorama	26/01/09	El sexto del 2009 y el primero en el Sur del Lago	Un nuevo secuestro en el Zulia	Antetítulo título
La Verdad	26/01/09	Los estudiantes son el arma de la oposición y surgen como alternativa ante	A SACAR la CASTA	---

		Chávez				
Periódico	Tema	Valoración noticiosa	Clasificación del mensaje del titular	Número de palabras	Uso de verbo	Sintaxis
Panorama	Seguridad	Consecuencia	Información	6	Sí	---
La Verdad	Política	Prominencia	Propaganda	4	No	---

Cuadro 11

Periódico	Fecha	Antetítulo/Subtítulo	Título principal	Ubicación de la noticia		
Panorama	27/01/09	Recursos provienen del Fonden	Bs.F. 250 millones para los alimentos	Antetítulo y título		
La Verdad	27/01/09	Cámara Petrolera del Zulia indicó que están afectados 800 contratistas y 70 mil trabajadores	PDVSA está perdiendo de MALA PAGA	Antetítulo		
Periódico	Tema	Valoración noticiosa	Clasificación del mensaje del titular	Número de palabras	Uso de verbo	Sintaxis
Panorama	Economía	Consecuencia	Información	6	No	---
La Verdad	Economía	Consecuencia	Opinión	6	No	S-V-P

Cuadro 12

Periódico	Fecha	Antetítulo/Subtítulo	Título principal	Ubicación de la noticia		
Panorama	28/01/09	Decisión del gobierno publicada en gaceta	Emiten 5,7 millardos en letras y bonos	Antetítulo y título		
La Verdad	28/01/09	El chavismo ocupa todos los espacios públicos y presiona a todos los trabajadores para hacer campaña	VULGARIDAD	Antetítulo		
Periódico	Tema	Valoración noticiosa	Clasificación del mensaje del titular	Número de palabras	Uso de verbo	Sintaxis
Panorama	Economía	Consecuencia	Información	7	Si	S-V-P
La Verdad	Política	Consecuencia	Opinión	1	No	---

Análisis de datos

Periódico	Ubicación de la noticia	Tema	Valoración noticiosa	Clasificación del mensaje del titular	Número de palabras Promedio	Uso de verbo	SI
Panorama	12 en antetítulo y título	Economía (4) Política (2) Seguridad (2) Internacional (2) Electoral (1) Salud (1)	Consecuencia (9) Prominencia (3) Proximidad (1)	Información (12)	7	Sí: 9 No: 3	S-V P-V P-V V-P S-P Con 2
La Verdad	9 en el antetítulo y tres ambiguos.	Política (8) Economía (2) Comunidad (1) Electoral (1)	Consecuencia (10) Prominencia (2)	Opinión (9) Propaganda (3)	4	Sí: 3 No: 9	S-V P-V V-P S-P Con 6

En función de los doce titulares que de cada periódico se analizó se aprecia que Panorama destaca la noticia tanto en el antetítulo como en el título principal, a diferencia de La Verdad, que sólo destaca el hecho noticioso en nueve antetítulos y las tres restantes el mensaje es ambiguo. Se ha desplazado del principal titular la utilidad informativa para ceder espacio a la opinión, en muchas ocasiones con coloquialismos y términos muy focalizados del estado Zulia. Parece obviarse el hecho de que este diario se distribuye en buena parte del occidente del país. Algunas zonas andinas y parte central de Venezuela, donde el léxico tiene una identidad propia distinta al marabino. En consecuencia, algunos titulares, además de carecer de estructura sintáctica adecuada y uso de verbo, se hace incomprensible o tiende a interpretaciones erróneas de parte de los lectores de otras regiones.

La selección de temas del diario Panorama es variable. En este caso con mayor incidencia en la fuente económica, que representa un 33% aproximado del total del corpus seleccionado. Seguida de política, seguridad, internacional y otras. En el caso de La Verdad hay un marcado énfasis en el tema político con un 66% aproximado. El resto se presenta en economía y otras. La tendencia del diario Panorama con los titulares sobre la fuente de economía siempre tiende a favorecer las políticas aplicadas por el gobierno nacional. La Verdad se fundamenta en una marcada tendencia a generar opinión sobre el aspecto político y de crítica frontal hacia el Estado venezolano.

Caso curioso son los titulares de apertura de Panorama cuando hace énfasis en internacionales. En este caso todos relacionados a la toma de posesión de Barak Obama como nuevo presidente de Estados Unidos. Mientras que La Verdad destaca agresiones en la calle a los estudiantes manifestantes y las declaraciones públicas del presidente de la república, quien da órdenes directas a sus seguidores y a los cuerpos de seguridad bajo su mando, de enfrentar a los manifestantes. Panorama publica dos días consecutivos titulares relacionados con la toma de posesión de Obama, mientras que La Verdad hace lo propio con los enfrentamientos de calle y declaraciones del jefe de Estado.

Ambos periódicos coinciden en la valoración noticiosa de consecuencia en la mayoría de sus titulares. Representan más del 70% de las publicaciones analizadas. Se asume que este valor noticioso genera mayor impacto noticioso por sus efectos en la población del país. Panorama hace enfoques desde la perspectiva positiva que significa para el país las estrategias económicas y políticas que implementa el

ejecutivo y deja de lado el seguimiento a la noticia sobre esos y otros acuerdos, políticas e inversiones hechas ¿Esos negocios generan ganancias, empleos y seguridad económica al país? ¿Qué pasa con la contraloría de esos negocios?... La Verdad Obvia algunos detalles positivos y se centra en publicar algunos trabajos de investigación que develan errores en la gestión pública nacional.

Aparece un elemento que, desde el punto de vista de la deontología periodística, se ve claramente afectado cuando el espacio informativo es invadido por la opinión de quien redacta o dirige el diario La Verdad. En el caso de Panorama todos los títulos y antetítulos son “informativos”, si bien no guardan un orden sintáctico acorde en algunos casos, el mensaje es noticioso, trata de ser veraz e informativo. La Verdad evidencia una marcada tendencia a opinar en nueve de los doce titulares seleccionados, lo cual no se corresponde con el hecho informativo. Los espacios para opinar están claramente definidos en las páginas internas de cada periódico.

Las nuevas teorías de redacción periodística invitan a no exceder de nueve palabras en el titular, otros hablan de once. En el caso de Panorama utiliza un promedio de siete palabras para informar a través de su titular principal, de los cuales en nueve de ellos se utiliza un verbo. La Verdad se conforma con un promedio de cuatro palabras y apenas en tres titulares existe un verbo. El resto son solo comentarios en ambos periódicos. Esta práctica al contrario de informar genera ambigüedad en el mensaje. Se intenta presentar opinión como información, y si bien la línea que divide ambos espacios es muy delgada, es también totalmente identificable y necesaria.

Destaca el uso de hipérbaton en la mayoría de los titulares y solo en cuatro de Panorama se conserva el orden sintáctico lógico de sujeto, verbo, predicado. En La Verdad solo en tres. Se trata de destacar un hecho impactante a través de una palabra específica. Algunas veces no es claro el mensaje. Sólo lo está para aquellas personas que hacen un seguimiento sistemático y analítico de los hechos noticiosos de la región y el país.

A modo de Conclusión

La razón de ser de todo medio informativo profesional es enterarse de los acontecimientos de interés colectivo, que afectan a un grupo humano considerable. Informarse para luego informar. Tomando en cuenta que el periodista es una fuente de información secundaria, la valoración, tratamiento y organización debe ser tan rigurosa que no deje lugar a malas interpretaciones o desinformación. De ocurrir esto sólo hay dos causas: intencional o por desconocimiento de los aspectos técnicos de la profesión. Esta ignorancia del sistema informativo acarrea otras consecuencias graves, debido a que al periodista se le abroga la valía de saber lo que dice y cómo lo dice.

Luego del análisis de los titulares de prensa se concluye que hay intereses políticos evidentes en el uso de estos medios, que los espacios destinados para información son suplantados por la opinión con el velo de la objetividad, que bien sea intencional o por desconocimiento de las normas mínimas de redacción periodística se comenten graves faltas sintácticas que afectan el proceso de interpretación, de entendimiento y por tanto ubicación del ciudadano en el mundo del cual forma parte.

“La información, en lugar de transformar la masa en energía, produce todavía más masa”, (Baudrillard en Sartori, 2008: 12). Parece esta una receta apocalíptica no por venir, sino instalada como un Armagedón cotidiano. Lo lamentable precisamente es que se haya vuelto cotidiano, pues el ser humano tiene una capacidad inmensa para acostumbrarse a los eventos, que indiferentemente de su implicación productiva o destructora, pasan a la esfera de lo “normal”.

Es urgente una revisión de los espacios de redacción en las salas de prensa, con mirada desde la óptica deontológica de la profesión. Revisar los planes de las escuelas de comunicación social y crear espacios de discusión, no sólo en las universidades, sino principalmente en el gremio periodístico. Hacer una mirada interna sobre la práctica profesional, y cómo se está ejerciendo. De no reorganizar ni reinterpretar seguiremos haciendo de la historia cotidiana un círculo.

“No podemos creer nada de lo que se dice en un periódico. La misma noción de verdad resulta sospechosa cuando está inmersa en ese transmisor de polución” (Jefferson en Sartori, 2008: 34). Por lo visto, los años no han pasado por esta sentencia. El tiempo de cambio siempre es ahora.

BIBLIOGRAFÍA

- AYLLÓN, José Ramón (1998). Madrid-España. *En Torno al Hombre*. Rógar, S.A.
- Berruecos, M. L. (2000). Las dos caras de la ciencia: representaciones sociales en el discurso. *Discurso y Sociedad*. España. *Gedisa*.
- Calsamiglia, H. (2000). Decir la ciencia: las prácticas divulgativas en el punto de mira. *Discurso y Sociedad*. España. *Gedisa*.
- Charaudeau, P. (2003). El discurso de la información. La construcción del espejo social. Barcelona, España. *Gedisa*.
- CUENCA DE HERRERA, Gloria (1995). Caracas-Venezuela. *Ética para Periodistas*. Editorial Kinesis
- De Semir, V. (2005). Periodismo científico: un discurso a la deriva. *Discurso y Sociedad*. España. *Gedisa*.
- Juan Pablo II. LOMBARDI, Ángel. (1998). Maracaibo-Venezuela. *Universidad Católica Esencia y Trascendencia*. Ediciones Astro Data S.A.
- LÓPEZ VIGIL, José Ignacio. (2004). Caracas-Venezuela. *Ciudadana Radio*. Editado por José Ignacio López Vigil.
- MARÍN, Carlos. (2004). Caracas-Venezuela. *Manual de Periodismo*. Colección Documentos Debate
- Código de Ética del Periodista Venezolano
- Entrevista realizada por el periodista Roberto Giusti a Margarida Ramos Coordinadora de Relaciones Institucionales de la UNESCO-Brasil. El Universal domingo 14 de noviembre de 2004
- Sartori, G. (2008) *Homo Videns La sociedad teledirigida*. Taurus. México