



El periodismo en la era de la digitalización

Por Armando Maya Castro

En el prólogo del libro Manual de periodismo (Grijalbo, 1986), escrito por Vicente Leñero y Carlos Marín, el periodista Froylán M. López Narvárez nos proporciona algunos nombres con que la gente conoce al periodismo: **“Cuarto brazo de la Constitución”, “cuarto poder”, “rastrillo del estercolero”, “tábanos”, “directores de los grandes en beneficio de la gente corriente”, “convocadores del debate público”**.

Para otros el periodismo **“es un negocio y los directivos de empresas periodísticas tienen responsabilidades empresariales que consisten en ajustarse a los presupuestos y atraer nuevos clientes”**, una situación que, de acuerdo con los expertos en ética periodística, pone en riesgo la independencia periodística de los medios de comunicación.

Evidentemente este negocio era más rentable antes de que la digitalización y las actuales potencialidades de la web le asestaran un duro golpe al periodismo convencional, el mismo que de un tiempo a la fecha vive una de sus peores crisis, y ha ocasionado el cierre de diarios, televisoras y emisoras de radio en varias partes de México y el mundo.

Desde siempre, la función del periodismo y del periodista se ha resumido en una sola palabra: informar, pero entendiendo por informar la búsqueda de la verdad por encima de cualquier otra

cosa, una labor mediante la cual el periodista contribuye a satisfacer las necesidades informativas de las audiencias.

Los medios digitales son los que hoy por hoy ganan terreno con la elaboración de un periodismo que intenta ser riguroso, honesto e independiente, y que tiene el compromiso de informar con creatividad, de manera directa y entretenida, utilizando herramientas y aplicaciones digitales que posibilitan el enganche de los lectores.

Lo importante del periodismo, sea digital o impreso, es que los periodistas se ciñan a los principios de conducta ética, los cuales permiten que se informe sin pervertir su función informativa.

Esta perversión informativa se produce cuando el periodista, movido por intereses económicos o de otra índole, miente, negocia y tergiversa la información. Es entonces cuando se produce una lamentable deformación del periodismo en perjuicio de los lectores, que tienen el derecho a ser debidamente informados.

Es justamente por el derecho de las audiencias a ser debidamente informadas, que el periodista tiene la obligación de transmitir información veraz y lo suficientemente contrastada. Esta contrastación se logra mediante un análisis consistente en saber lo que dicen diversas fuentes sobre un mismo acontecimiento.

Aparte de la consulta de hemerotecas, bibliotecas y expertos en el sector, hoy en día las redes sociales se han convertido en una herramienta indispensable para la contrastación de fuentes. Tanto así que un alto porcentaje de los profesionales de la información utilizan estas plataformas digitales para llevar a cabo la contrastación de la que venimos hablando.

Aparte del uso antes mencionado, las redes sociales tienen también los siguientes usos en el proceso de producción de noticias: seguimiento de tendencias, documentación, contacto y verificación de fuentes. Lo anterior lo explica Susana Pérez-Soler en su libro **“Periodismo y redes sociales: Claves para la gestión de contenidos digitales”**.

Escrito por Columna

Lunes, 04 de Noviembre de 2019 13:53 -

En este libro, la autora explica también los usos en el proceso de la distribución de las noticias: distribución estratégica de contenidos, cobertura en tiempo real, promoción del medio de comunicación y de la marca personal del periodista, interacción con las audiencias.

Concluyo mi columna compartiendo las palabras de Pérez-Soler respecto al proceso de la distribución de noticias: **"En la era de la distribución, es tarea del periodista que las noticias lleguen a una audiencia lo más amplia posible, al tiempo que tiene que estar receptivo a los comentarios que aquellas puedan provocar. Desde la detección de una errata hasta una imprecisión en la información, pasando por alguna sugerencia para mejorar o ampliar la noticia o por los comentarios sin sentidos o resentidos, el periodista debe saber cómo gestionar cada situación"**.