



*Periodismo de integración: comprender para explicar;
entender para actuar*

Joaquín M^a Aguirre Romero y Sara Roblas Martín

Universidad Complutense de Madrid

[Localice en este documento](#)

Resumen: El presente artículo trata de construir un marco conceptual, un espacio de trabajo para la recuperación de las funciones informativas de la actividad periodística desde la perspectiva de su importancia para el desarrollo de las sociedades. El predominio de las visiones económicas de la información ha deteriorado la comprensión de la finalidad y responsabilidad social de los profesionales y los medios. Frente a los enfoques "espectaculares" o "emocionales" de la información, constructores de tópicos y estereotipos, se propone un enfoque de la actividad periodística centrado en la capacidad y necesidad de ofrecer una información que sea útil a los ciudadanos para poder tomar decisiones sobre cómo actuar en su entorno social. Más que una forma de periodismo, se propone una *forma de pensar en el periodismo*, en sus finalidades, principios y razón de ser en la sociedades democráticas. El artículo parte de la necesidad de incidir en todos estos aspectos en la formación de los periodistas e informadores en la medida en que ellos son los constructores de una *realidad mediática* a la que accederán los ciudadanos como *representación* del mundo. Los nuevos retos informativos abiertos por la globalización, la interculturalidad, el género, etc. demandan hoy un ejercicio del periodismo más consciente de sus efectos sociales.

Palabras clave: Periodismo de integración, responsabilidad informativa, construcción mediática, profesionales de la información, ética informativa

¿Qué es Periodismo de Integración? [1]

A diferencia de otros enfoques en los que el Periodismo se define por las parcelas de la realidad de las que se ocupa (periodismo deportivo, político, etc.) o por los "géneros" utilizados (el reportaje, la entrevista, etc.), la idea de Periodismo de Integración incide más en la adecuación de la mente del profesional, es decir, en su capacidad de abordar la complejidad de su entorno desde una mejor comprensión del mismo.

En este sentido, el concepto de integración se establece como un aspecto fundamental del Periodismo, ya que constituye un valor transversal que afecta a todas las actuaciones de cualquier profesional de la información. Integración de ideas en la construcción de una sociedad global diversificada y diferente, enriquecida y enriquecedora gracias a la diversidad cultural que acoge; integración de valores y principios fundamentales; integración en el sentido más amplio de la palabra, aunando y compaginando valores y características determinantes de cada individuo en una colectividad.

No es una cuestión solo de ampliación del conocimiento, sino de cómo se debe abordar la realidad desde una perspectiva integradora. Nos encontramos en una época de choques, de contrastes entre realidades múltiples y presencias emergentes. La globalización ha sido un elemento determinante, pero la globalización también se produce por el alcance de los medios y su capacidad para hacer aparecer nuevos agentes a través de su retrato de lo cotidiano. Se producen así cambios estructurales en la forma de entender el mundo y, en lo que respecta a las audiencias, existe hoy día la posibilidad de dejar a un lado el papel de consumidores invisibles y latentes, para fomentar la existencia de receptores presentes y activos, miembros de sociedades constituidas por ciudadanos informados, conscientes y comprometidos con los demás.

Nuestra realidad se ha transformado aceleradamente y es esta aceleración la que provoca la deficiente comprensión de los tránsitos sociohistóricos. El mundo cambia a mayor velocidad que la capacidad de la mente para comprenderlo. Los medios tratan de dar cuenta de una realidad cambiante acelerada. Pero los *medios* no son más que la transposición de las mentes de aquellos que los realizan. Ya sea por el contacto de los que antes estaban separados (fenómenos de migraciones) o por la emergencia social de nuevas funciones (la incorporación de la mujer al mundo laboral, sus nuevos roles) o la reconsideración de grupos excluidos socialmente (enfermedades, marginaciones, etc.), el hecho cierto es que los medios juegan un papel esencial en la configuración de la comprensión y consideración social del nuevo entorno.

La función central de la información es dar cuenta del entorno y sus cambios. La conciencia del informador es el espejo en el que se reflejará el mundo cambiante que será traducido a un lenguaje a través del cual los públicos acceden a esa realidad próxima o lejana. Los públicos reconstruyen la realidad -y la reinterpretan- desde la textualización informativa que reciben. Los profesionales de la información son codificadores del entorno social y, como en toda reescritura, se ha de cuidar que la pérdida que esta acción supone sea la menor posible.

Es por ello que la construcción de un público crítico y concienciado debe partir de los medios de información que son los que ayudan a potenciar actitudes de compromiso basadas en el conocimiento. Estos ciudadanos críticos tienen el derecho y el deber de realizar un trabajo propio a partir de la información que reciben, para que, posteriormente, puedan emitir juicios y actuar en consecuencia, sin sentirse manipulados, orientados o engañados desde el origen. Respetar la libertad de pensamiento y crítica en el tratamiento de la información se convierte en un aspecto esencial cuando se trata de abordar los problemas que afectan a nuestras sociedades.

Los informadores no *reproducen* mecánicamente su entorno. El verdadero y digno trabajo periodístico pasa, en primer lugar, y tras haber adquirido los conocimientos necesarios para saber cómo tratar la información (técnicas, mecanismos y herramientas específicas de la profesión), por realizar un trabajo de acercamiento respetuoso, recogiendo todo lo necesario para tener una idea completa y verídica de lo que se está trabajando. Posteriormente, traducen lo recogido y lo difunden, de manera comprensible y fiel, a la audiencia a la que se dirigen. Para ello, utilizan un lenguaje en el que tratan de verter su comprensión del mundo. No existe un texto que no implique un código y este es el resultado del sistema cultural. Ese código va más allá del diccionario y de la enciclopedia. Hoy somos conscientes de que ambos dispositivos no son “verdades objetivas” sino las huellas de las mentalidades que los forjaron. Los debates, por ejemplo, sobre el sexismo en el lenguaje, nos hacen ver que el lenguaje cambia más lentamente que la realidad social que describe. Lo mismo ocurre en otros sectores en los que las herramientas de descripción se nos vuelven deficientes o insuficientes para su análisis.

No es solo el lenguaje. Son también otras grandes y *pesadas* unidades culturales: clichés, estereotipos, tópicos, etc. Son formas culturales de cristalización del mundo y de sus explicaciones. Las explicaciones desde distintas áreas (psicología, sociología, antropología, literatura, semiótica) nos han permitido comenzar a comprender la trascendencia que este tipo de estructuras para la *construcción* del mundo y su resistencia al cambio. Por ello, es fundamental partir del conocimiento y del respeto, romper con los estereotipos y no fomentar las posturas negativas bajo ningún pretexto ni excusa, para evitar la difusión de ideas u opiniones erróneas y engañosas.

En un mundo globalizado, es decir, de confluencia espacial de las distintas formas de cultura ya sea por efecto de los desplazamientos humanos, o de confluencia mediática, se hace necesario resolver el problema que este tipo de variaciones plantean. *Eurocentrismo*, *androcentrismo*, etc. son formas de referirse a esa centralidad interpretativa que implica la creencia en que nuestro punto de vista es el verdadero -el que describe correctamente la realidad- y que el de los demás es simple ruido informativo.

Bajo el concepto de “Periodismo de integración” se trata de compensar esa carencia en la apertura hacia el Otro distinto, esa rigidez de la comprensión centrada en una forma de pensamiento que se presenta como fondo de toda percepción. La idea de “integración” hace referencia fundamentalmente a la necesidad de adaptarse a las variaciones de la realidad de una forma comprensivamente flexible, una forma capaz de acoger e integrar en los discursos las nuevas realidades. De esta forma, la convivencia pasa a ser un aspecto intrínseco en la creación de las sociedades, ya que permite la implicación e imbricación de los diversos aspectos determinantes propios y condicionantes de cada uno, y hace posible que estos sean elevados a un conjunto global compartido y respetuoso.

A través de las diferencias (bien sean culturales, económicas, sociales o de cualquier otro tipo), los individuos se identifican y encuentran su identidad de modo que son reconocidos como seres individuales, independientes, con características, valores y principios propios. Esas diferencias que nos identifican no deben constituir barreras, sino crear puntos de inflexión que permitan el intercambio mutuo, para conseguir un conjunto más enriquecido, fortalecido, completo y unido.

En la medida en que la labor del Periodismo, en cualquiera de sus vertientes, es transmitir una visión del mundo que sea operativa para los que tomarán decisiones [2], esto solo podrá hacerse si el profesional es consciente de que muchos de los viejos esquemas comprensivos han quedado desplazados por la propia velocidad de los cambios sociales. Debemos entenderlo: *nuestro* mundo ya no es el que era. La herramientas de comprensión, descripción y de evaluación ya no pueden ser las mismas. No es un problema de estilos o de géneros; es un problema cultural.

Por tanto, dar a conocer los problemas sociales que se derivan de las incomprensiones culturales es esencial para crear ciudadanos concienciados que busquen la construcción social a través de la integración de todos sus miembros y no la disgregación y deconstrucción social que provoca la ignorancia.

Analizar fenómenos como la pobreza, la inmigración, la violencia de género, la desigualdad, la incomprensión y la falta de respeto a la diversidad cultural es indispensable para los profesionales de la comunicación e información. Son ellos los que constituyen el primer filtro de la realidad frente a la sociedad, lo que hace más relevante el que sean conscientes de la existencia de estas realidades y que, al abordar los problemas sociales, lo hagan desde unos principios mínimos constructores.

El Periodismo de Integración trata de establecer una distancia ante dos fenómenos informativos que han marcado las tendencias en las últimas décadas: el *periodismo de conflicto* y el *periodismo emocional*. La idea de *conflicto* se introduce en la información como forma de captación de audiencias y públicos; es una forma de *espectacularización* del mundo a través de su presentación polarizada. Los medios ya no sienten que su función (social) sea informar, sino que tienen una función (económica o empresarial): *atraer*. La información pasa a ser un señuelo: los conflictos atraen. La reducción de cualquier situación a “conflicto” tiene unos efectos sociales evidentes. La lingüista norteamericana Deborah Tannen pudo hablar expresamente de una “cultura del conflicto” para definir la actividad de los medios de comunicación presentando siempre de forma polarizada y enfrentada las situaciones. Esto es aplicable a un simple debate de información *rosa* o al

“choque de civilizaciones”. Es una forma de planteamiento en el que las situaciones son “noticia” mientras se dé el conflicto o este tenga la intensidad requerida para la atracción de las audiencias o públicos. Es frecuente la crítica a los medios sobre situaciones *olvidadas* por carecer de nivel de conflicto adecuado. En este sentido, existe el riesgo de que en medio de esas transacciones en las que se intercambian “noticias” por audiencias, se queden por el camino valores como el respeto a la dignidad humana o la libertad de actuación, y los prejuicios y conflictos se sigan alimentando, creando una sociedad vacía de valores en las que determinados grupos queden relegados y excluidos del resto. Sin embargo, los periodistas se deben a la sociedad para la que trabajan y no al medio, ya que la información sólo adquiere verdadera relevancia y presencia cuando es elevada al conjunto social.

La otra tendencia de las últimas décadas, refuerzo del conflicto, es la *emocionalidad*. Es cada vez más evidente el juego emocional realizado por los medios en los que el énfasis en la construcción discursiva se ha puesto no en el eje racional de la información (comprensión) sino en la emocionalidad. Ya son abundantes los estudios sobre esta tendencia. Su efectividad la ha logrado en el desarrollo de mecanismos primarios, esencialmente emotivos, que se convierten en rectores de la construcción de los discursos. Esta tendencia, básica en la publicidad cuyo objeto es más vencer las resistencias que construir decisiones racionales, se ha trasladado a otros ámbitos, incluido el discurso político que se ha hecho emocional y primario, apelando a miedos, fobias y deseos antes que a otro tipo de argumentos. Sin embargo, no se trata de caer en el sentimentalismo ni manipular a través de las emociones, sino respetar el cariz humano manteniendo los principios de distancia relativa a la realidad para poder observarla tal y como es, sin prejuicios ni barreras, sin tomar lo ya conocido como prejuicio ante lo desconocido, sino manteniendo la mente abierta, partiendo del respeto y de las ganas de conocer y reconocer al otro en todas sus dimensiones, para expresar lo que de él parta de la manera más fiel posible.

En el terreno de la información, estas dos tendencias significan privilegiar guerras, accidentes, desastres, enfrentamientos... como formas de captación de la atención de las audiencias y públicos sin un verdadero deseo de informar. Muchas de las informaciones con las que se abren los noticieros o las primeras planas de los diarios solo tienen el valor de ser imágenes impactantes.

Es evidente que estas dos tendencias informativas no son las más adecuadas para la comprensión de la realidad que nos rodea. Reducir el mundo a emociones, conflicto y espectáculo no es la mejor vía.

El trabajo periodístico no debe dar una visión pesimista ni finalista de la realidad. Este tipo de actitudes producen serios problemas de incomprensión e intolerancia en la sociedad, acrecentando las diferencias y alimentando los prejuicios e ideas proteccionistas, erróneas e incompletas, creando una angustia irreal que provoca el rechazo en vez de la implicación social.

La mayoría de la información que nos llega hoy día se centra en aspectos relativos, detalles escabrosos, selecciones manipuladas y orientaciones dependientes de intereses económicos. Es así cómo la información se mezcla y confunde con opinión. Los hechos no se basan en estudios profundos de las realidades, de modo que el razonamiento se evapora frente a lo lacrimógeno, centrándose en las consecuencias sin llegar a lo primordial que es conocer el “porqué” de los hechos. Es decir, se pierde el análisis de las causas y se desconoce el origen de los acontecimientos.

El fatalismo y sentimiento de impotencia que muestran las noticias, hacen que el pesimismo inunde todo el ámbito periodístico. Cuanto más cruel, meticulosa y detallista sea la realidad que nos revelan, más comprometida, exhaustiva y profesional parece ser la información que nos transmiten. Sin embargo, ésa es sólo una cara de la moneda, porque si escudriñamos este tipo de información, nos percatamos que, cuando realizan un análisis profundo de una realidad lo hacen estableciendo un orden cronológico y documental de situaciones similares, sin razonar ni tratar, en la mayoría de los casos, las causas ni los actores que influyen, promueven y permiten que se sigan produciendo estas circunstancias. Se plasman las sensaciones, percepciones o detalles anecdóticos; se personalizan las realidades o “historias” y extraen de ellas reportajes y noticias, deformando la realidad y dirigiendo la atención, el sentimiento y la opinión en una dirección determinada. El detalle, la anécdota, lo superficial se convierte en la parte preponderante, obviando lo que subyace en el origen mismo de la noticia. La raíz de su existencia se diluye y desaparece. En este sentido, es tan importante ser consciente y sensible a las consecuencias derivadas de los problemas sociales, como conocer las causas que producen esos problemas para poder combatirlos de manera eficaz y erradicar esas causas, y no sólo paliar sus efectos.

El Periodismo de integración propugna frente al *conflicto* la aproximación comprensiva y frente a la *emocionalidad*, la comprensión racional. Tanto la aproximación como la comprensión racional implican una labor de desmontar tópicos y de superación del privilegio de las propias concepciones del mundo. A diferencia de las posiciones relativistas, sí creemos que los sistemas de valores son un mecanismo importante en la formación de las diferentes culturas; lo que se debe resaltar es que esos valores no son *esencias*, sino elementos dinámicos de construcción histórica que pueden ser orientadores de la acción pero no frenos del desarrollo personal y social. Por eso es esencial la apertura hacia el diálogo, hacia la comprensión del otro y no la perpetuación -erigida en verdad universal- de las posturas. Esto no significa la obligación del cambio, sino la racionalidad de la comprensión de nuestros propios valores al dialogar con los otros.

El Periodismo de integración propone, pues, trabajar sobre los elementos desconocidos para hacerlos conocidos, frente a la persistencia del tópico; propone la valoración de las situaciones desde su propia dimensión y no desde la medición de las audiencias, auténtico barómetro del interés; propone especial atención sobre los automatismos que el lenguaje conlleva en el tratamiento de diversos problemas o situaciones sociales, reforzando las exclusiones, las invisibilidades, etc.; propone especial interés en la comprensión de los mecanismos reproductores de los tópicos sociales que los medios de comunicación producen para tratar de evitarlos; busca eliminar los aspectos negativos que se asocian a determinados colectivos, erradicando los prejuicios y las consideraciones superficiales, erróneas e injustas que impiden que estas personas encuentren su espacio en el lugar de la sociedad que con pleno derecho les pertenece. El desconocimiento o la falta de conocimiento completo de las distintas realidades llevan a convertir en una trampa a lo que en un principio era una información.

Los estudios sobre los medios de comunicación han resaltado el papel que estos tienen en la perpetuación de los estereotipos y el que pueden tener, si lo desean, en su sustitución. De igual forma, las teorías sobre las *agendas* de los medios nos muestran cómo son capaces de convertir en visibles o invisibles los acontecimientos y situaciones.

Ya sea como fabricantes de estereotipos sociales o como parceladores de la realidad, los medios de comunicación, a través de sus profesionales, tienen que recuperar la conciencia de que además de sus resultados económicos deben valorar los efectos sociales de sus acciones. El tratamiento y enfoque que se da a la información va a determinar el modo en el que ésta se entienda y, por consecuencia, la manera en la que se va a observar a las personas que se vean afectadas por estas situaciones. Es decir, la idea o imagen que se puede tener de un determinado grupo social está quizás más determinado por los problemas en los que se ve envuelto, que por sus circunstancias reales. A esto se añade la manera en que el desconocimiento y la indiferencia social pueden acrecentar estos problemas, creando procesos de exclusión que empobrecen y destruyen la construcción de sociedades libres y equilibradas, en las que todos los individuos posean las mismas oportunidades y tengan un desarrollo individual en el conjunto, que les permita crecer y construirse como seres humanos.

El tratamiento constitucional privilegiado que los medios de comunicación tienen en los países democráticos solo adquiere sentido desde su responsabilidad para la mejora de sus sociedades. Los medios de comunicación, por mucho que la tendencia actual lo defienda, son más que empresas destinadas a conseguir el beneficio económico. Nadie les niega esta finalidad, pero sí se les debe recordar que su vía para hacerlo no significa renunciar a sus objetivos fundamentales: la constitución de una sociedad mejor informada y esto significa capaz de distinguir entre lo relevante y lo trivial, entre lo trascendente y lo espectacular, entre las necesidades informativas y la orientación del consumo.

El Periodismo de integración no es solo, como hemos señalado, una forma de informar, sino una forma de pensar cómo informar. Es esencialmente una actitud hacia la información y, sobre todo, una actitud hacia lo que representan los públicos y su mejora como sociedad y el papel que el profesional consciente de su responsabilidad debe jugar.

La información es un servicio público que permite a los ciudadanos conocer y estar al tanto de lo que sucede dentro y fuera de su ámbito de actuación y participación. A través de los medios de comunicación e información se hacen presentes sociedades e individuos que de otra forma no tendrían presencia ni relevancia en el panorama nacional e internacional. Es por ello que los profesionales de la información deben partir de una responsabilidad individual que domine todos sus discursos.

Esta conciencia profesional debería ser ascendente, elevarse hacia las propias empresas en su compromiso con su propia función. No es sencillo. El mercantilismo imperante se ha convertido en laminador de conciencias y exige del profesional que se supedita a los fines de la empresa antes que a los del público. La reducción del profesional de la información a las tareas de escribano es un mal que crece cercenando la credibilidad de los propios medios que se ven abocados a una mayor aplicación de la conflictividad y de la emocionalidad para retener a sus públicos. No obstante, las empresas informativas se deben a la sociedad en la que están inmersas, por lo que su función debe ir más allá de los aspectos económicos. El tratamiento de las noticias en su concepto exclusivamente empresarial adquiere valores inhumanos para cumplir la regla de oro del mercado: obtener el máximo beneficio. Y son los profesionales los que deben "humanizar" las noticias, es decir, ser conscientes de las consecuencias que derivan de su actuación.

Cumpliendo con lo que ya se ha reconocido en escenarios internacionales, como las Cumbres Mundiales de la Sociedad de la Información, se pone de relieve la importancia de cumplir y cubrir determinadas dimensiones éticas, por parte de los medios, para respetar y promover la paz. A la vez, se insta a que los medios se rijan por valores universales y fundamentales como la igualdad, la libertad, la solidaridad, el respeto, la tolerancia y la responsabilidad compartida. Los medios de información, debido a su posición social privilegiada que les permite acceder a un gran número de ciudadanos, deben fomentar la justicia y la dignidad de los seres humanos, reconociendo su individualidad e independencia en relación a la sociedad de la que forma parte.

El respeto a los valores primarios de cualquier persona debe primar frente a la exageración, la tergiversación o la creación de polémica. De esta forma, las personas son respetadas como fines en sí mismos y no como medios para conseguir un beneficio económico mayor.

El Periodismo de integración no busca la disolución del otro ni su ocultación, sino su comprensión para que la sociedad reciba una imagen más ajustada. Es un ejercicio de comprensión del otro para poder comunicarlo desde una mayor honestidad. En ocasiones, su labor será romper con los estereotipos y los tópicos, en otras hacer visible lo oculto. En última instancia, es un ejercicio de la comunicación desde su función esencial de orientación de la opinión pública en aquellos aspectos que son esenciales para la convivencia, la dignidad de las personas y el ejercicio de su libertad.

Si hay una necesidad que nos define a todos los seres humanos es la curiosidad, la búsqueda de información con la que satisfacer nuestro deseo de conocer. Este deseo se despierta cuando se nos muestra nuestro propio mundo desde los medios. El desinterés informativo solo puede obedecer a una perversión de los mecanismos esenciales y funcionales del informar.

Integrar es devolver o incluir en el discurso informativo todos aquellos aspectos que configuran la realidad de los sujetos y que, sin embargo, son eludidos en los medios por diversos intereses al margen de los propios públicos. La *integración informativa* es una agregación al discurso mediático de lo socialmente invisible, una rectificación de lo distorsionado, una sustitución del tópico indiferenciado en beneficio del matiz y de la diversidad.

La ignorancia de lo desconocido y lo diferente hace que no seamos conscientes de que existe una diversidad que, en vez de perjudicar nuestras propias acciones diarias, nos ayudan a enriquecernos y a progresar aún más. Si se logra construir sociedades conscientes, comprometidas e implicadas con los individuos que las forman y con los problemas que les afectan, se potencian sociedades en las que se produce un beneficio mutuo entre iguales, ya que se parte de la convivencia e integración como principio fundamental. Tal y como expresaba Indira Gandhi, en el discurso que realizó en 1983 con motivo de la VIIª Conferencia de los Jefes de Estado o Gobierno de los Países No Alineados, "sólo con coexistencia puede haber existencia".

Para ello se hace necesario comenzar por aquellos sectores y aspectos de nuestra realidad que van quedando relegados o deformados por la exclusión mediática. Con ello se busca acercar la información a su función básica: la comprensión de lo que nos rodea y su acción transformadora a través de la comprensión de los públicos. La conciencia profesional guía y se guía por el interés social. Los públicos confían en los informadores si ven que surge en ellos, gracias a su labor honesta, una orientación de sus acciones y una mejor configuración de sus valores.

Es por ello urgente consolidar unos profesionales que entiendan y respeten estos principios, que cuenten con valores comunes de respeto a la libertad individual y colectiva, que comprendan el concepto de "diferente", y que en todo momento sean conscientes de la realidad del otro, no como enemigo o competencia, sino como complemento de uno mismo. Profesionales realmente formados en las distintas realidades sociales, sin construir las noticias de forma codiciosa, sino siendo consecuentes de la relevancia que tiene la honestidad profesional y el respeto de la dignidad humana. Crear información, no tergiversar a través de la palabra o de la selección de la realidad.

Es necesario realizar una revisión profunda de los contenidos periodísticos y no acogerse a la inmediatez de los acontecimientos o a la rapidez que exigen los distintos formatos de los medios para transmitir la información. Una noticia expresada y difundida de forma errónea, perturba y tergiversa el conocimiento social de la realidad. Por lo que la profesionalidad se debe imponer frente a otros factores como la instantaneidad. La eficacia y efectividad del informador deben ir de la mano de su responsabilidad social, coherencia y respeto social.

Intentar conocer es la única vía para la mejora de la sociedad. La complejidad creciente de nuestro mundo nos exige cada día enfrentarnos a situaciones nuevas y ante esto el papel de los medios se convierte en esencial como orientador. No puede haber una opinión pública formada sin un papel responsable de los medios. Por ello es esencial que el conjunto de los profesionales de la información sean conscientes y se sientan responsables del papel que juegan, por acción o por omisión, en la configuración de la opinión pública. Es esta opinión pública, manifestándose a través de los mecanismos de control y decisión política, la que en última instancia tendrá la palabra. El mayor o menor, el mejor o peor sentido que esa palabra tenga, su razón o sin razón, vendrá determinado por la calidad de la información de que se disponga. Una opinión bien informada exigirá de los responsables políticos las acciones pertinentes para la mejora social. Esa es la función de la prensa en una sociedad democrática; las demás funciones pueden ser importantes, pero son circunstanciales.

Notas:

- [1] La expresión “periodismo de integración” ha sido utilizada anteriormente con otros sentidos, básicamente como “integración social”, vinculado en la mayoría de los casos con la inmigración. Así en España tenemos “Quiu. Periodismo de integración”, una publicación que explica “**QUIU** es el único **periódico gratuito** en España, especializado en temas de **inmigración**, que circula a nivel nacional y que permite llegar a los principales colectivos de extranjeros, en sus propios **idiomas**”. El diario incluye páginas en castellano, rumano, árabe y portugués. También en España existe *Sí, se puede. El periódico de la integración*, que se autodefine así: “El periódico va dirigido al colectivo de los inmigrantes extranjeros en España, de cualquier nacionalidad, trabajadores, con capacidad de consumo y con voluntad de permanecer en el país e integrarse en la sociedad española.” En Uruguay existe el diario “Ecos regionales”, en el distrito de Flores, que lleva también en su encabezamiento la expresión “periodismo de integración”. Existe en Facebook bajo esta denominación un grupo que se define así: “Periodismo de Integración es una organización sin fines de lucro que busca unir y fomentar nuevas ideas para el trabajo con la comunidad”. Su función, según expresan, es dar salida a las voces sociales, lo que se define como “periodismo comunitario”. Su origen es Ecuador.

Laura López Romero (2005) utiliza el término como análogo al de “periodismo de servicios” en su artículo “Estructura de la prensa escrita en lengua extranjera en la provincia de Málaga. Periodismo de servicios o periodismo de integración social”. En este contexto, el término se refiere al papel de la prensa en la integración de las poblaciones turísticas extranjeras a través de la prensa local en otros idiomas. El artículo aparece en un volumen conjunto publicado por la Universidad de Alicante: *Turismo residencial y cambio social; nuevas perspectivas teóricas y empíricas*.

El diario colombiano *El Catolicismo* da cuenta en 2002 de una iniciativa en 1995 de periodistas paraguayos y brasileños de realizar unas ediciones simultáneas en castellano y portugués, en los diarios *ABC* de Asunción y *Zero Hora* de Porto Alegre. El contexto de esta acción está en la reacción a la creación del MERCOSUR: “al mismo tiempo en que los pueblos y gobiernos iniciaban la integración política y económica, los medios de comunicación también desarrollaban interesantes propuestas de integración periodística, avanzando quizá sin proponérselo deliberadamente- hacia lo que bien podría considerarse como un nuevo género periodístico, o en todo caso una corriente de labor profesional: el periodismo integracionista.” Este “nuevo género periodístico” no es tal, ya que se refiere al viejo sueño de una única comunidad americana. La finalidad es *política*, más que periodística. Dicha acción no puede ser definida como un *género*, sino como un objetivo político específico al que el periodismo sirve. Como se concreta más adelante: “Pensemos simplemente en lo que pudieran haber logrado BOLIVAR, SAN MARTIN, SANDINO, MARTÍ, si hubieran podido contar con el apoyo de espacios en la CNN, la Red de Noticias Eco o los programas de la Red Globo, o con la posibilidad de haber podido utilizar nuestras principales radioemisoras y periódicos. Todo esto nos lleva al planteamiento concreto de trabajar, en forma más decidida y orgánica, para desarrollar lo que podríamos denominar el periodismo de integración o periodismo integracionista. Es decir, un nuevo género o corriente dentro de la labor profesional periodística, que promueva específicamente el tema de la integración latinoamericana en todos sus aspectos: político, económico, social, cultural, histórico. Una iniciativa que canalice y amplíe la información sobre el tema, que promueva el debate, que revele todas las experiencias integradoras que se están dando en América, respondan o no a iniciativas oficiales, y sobre todo que estimule en cada uno de los latinoamericanos el valor de la integración, rescatando y actualizando el viejo sueño bolivariano, de cara a los nuevos desafíos del año 2000.” En este caso, el sentido de “integración” es muy específico, como puede comprobarse: la unión de los estados americanos en una sola unidad. *Integrar*, pues, no va más allá.

Creemos que estos son los dos principales sentidos que se ha dado anteriormente a la expresión. los vinculados con la inmigración, sociales, etc. y los de la “integración americana”. No es un término usado con frecuencia más allá de estos contextos específicos señalados. Como se verá en la lectura del artículo, el sentido que le damos aquí es diferente, si bien, algunos de los primeros pudieran estar relacionados -como no podía ser de otra manera- con la idea de *integrar*. Más que una definición de un término o género, lo que hemos tratado de construir es un marco conceptual, un espacio de trabajo para poder desarrollar posteriormente los aspectos prácticos o específicos en los que la labor periodística se centra en su tratamiento informativo del entorno.

- [2] Considerar que la función de la Información periodística es permitir la toma de decisiones sobre lo que el entorno nos plantea es entender que lo que hace el informador es ofrecernos una “realidad descrita”. En ocasiones serán decisiones (acciones) o en otras solo posiciones (valoraciones). El informador es una representación vicaria interactiva de su público. El informador se pone en lugar de su público para informarle. A diferencia del texto de ficción en el que el autor nos pide que seamos *otros*; los textos periodísticos tratan de ser *nuestros ojos*. Es el periodista el que se debe *transformar* en su público para satisfacer sus necesidades informativas. Este mecanismo tiene un ligero desvío asimétrico en el que se introduce una deriva por parte del profesional que va mejorando la calidad perceptiva y la necesidad de información de su público. La finalidad no es solo estar informado, sino estar informado para *comprender* cada vez mejor. Por eso es peligroso

comprender el Periodismo como una forma de *simplificación*. Mejor sería hacerlo como una forma de comprender y explicar lo complejo.

© Joaquín M^a Aguirre Romero y Sara Roblas Martín 2010

Espéculo. Revista de estudios literarios. Universidad Complutense de Madrid

El URL de este documento es <http://www.ucm.es/info/especulo/numero45/pintegra.html>

2010 - Reservados todos los derechos

Permitido el uso sin fines comerciales

Súmese como [voluntario](#) o [donante](#) , para promover el crecimiento y la difusión de la [Biblioteca Virtual Universal](#). www.biblioteca.org.ar

Si se advierte algún tipo de error, o desea realizar alguna sugerencia le solicitamos visite el siguiente [enlace](#). www.biblioteca.org.ar/comentario

