



2

muchos estudiantes en las escuelas o facultades de  
Comunicaciones y un llamado mediático por el  
botón del éxito "glamou" de los medios de difusión.  
Tales quienes se anclan o todos quienes se  
ven como relacionistas de Ruffy Martin. De manera  
que la interrogante temática: ¿matrimonio o  
campo de guerra? <sup>de la</sup> ~~región~~ <sup>es propia para</sup> ~~relacion~~ <sup>tal</sup> ~~el~~ <sup>postura</sup>  
naturaliza. Por consiguiente, mi ~~tesis~~ <sup>tesis</sup> parte  
hacia lo próximo el periodismo putativo <sup>ya es hora de que</sup> ~~debe~~ <sup>hablar</sup>  
de ~~de~~ <sup>de</sup> casamiento entre historia o las discipli-  
nas humanísticas, y divercias el discurso con  
las relaciones públicas.

Hay día ademas reconocer una realidad mundial. Los  
medios de difusión e impresos están en manos de empre-  
sarios, y el periodista busca la noticia para ser im-  
primada, <sup>mientras que</sup> ~~el~~ <sup>el</sup> relacionista trabaja de modo estrate-  
gico con la información para mantener una repu-  
tación. Por seis años trabajé en una oficina de

Prensa y Tel. Pública, ~~y aunque nunca me casti-  
 deré relacionada y no me está trabajando en  
 eso,~~ aprendí a ~~respetar y tener distancia de~~  
~~línea labor~~ ~~cuando sea en un~~ ~~tal desempeño~~

me llevó a restarme en lo siguiente: Si bien  
 me molesta q. hayan relacionados q. quieran  
 ser periodistas, mucho más me molesta

el ver periodistas q. quieran ser relacio-  
 nistas. ~~Este postulado ha ido simplificándose con  
 el pasar del tiempo en el medio radial que lo~~

*Clara, con la clarificación de q. hay q. mirar los cambios de roles  
 \* desde la perspectiva de cada periodista porque eso es una  
 decisión muy personal*

~~hago. WFAA 580 y me explica.~~

*Con el pasar del tiempo en el medio radial en q. laboro WFAA 580 he ido  
 simplificando*  
~~des de los errores más comunes q. cometen los rela-~~

cionistas, y aquí hago la aclaración, no es todo  
 pero mi realidad ilustra dos lo siguiente: #1 impo-  
 sición de criterio: recuerdo un día q. estaba haciendo

la producción del programa de Normando Valentín  
 y atendí una llamada de una relacionada ~~q. se~~  
 ci por su voz, ~~q. me estaba reclamando~~ ~~el por-~~  
 que Normando y el emisor el programa le daba espa-

*a la que  
 reclamación  
 WFAA 580  
 WFAA 580*

cio a la contraparte del cliente de la rela-  
 cionista, aún esa relacionista sabiendo que  
 su cliente al otro día tenía arreglado su  
 espacio en el programa. El segundo es ~~son las~~ <sup>en la</sup>  
 reacciones tardía a la noticia y una rigurosi-  
 dad. Aquí tengo un ejemplo por quinto. Cuando  
 ocurrió la crisis reciente, <sup>es</sup> el sistema de fincas de los  
 campos <sup>marca</sup> Fayat, WPGA abrió su noticia "Finca  
~~habla 5 a.m.~~  
 en la mañana": con este asunto como la Gen-  
 eral. <sup>de la hora</sup> y ~~no~~ fue hasta casi llegado las dos  
 horas donde hubo una reacción por parte de la  
 prensa de Fayat en P. Rico. Aquella explicación  
 fue tarde, acabándose el noticiario y el desfo-  
 ce de ideas no fue convenientemente, por lo que se  
 perpetuó la discusión. Al punto de que la Gen-  
 eral <sup>tuvo que recurrir a</sup> ~~seleto~~ <sup>adicional</sup> un programa, hablar el tema. En esto  
 lo q. <sup>quiero</sup> ~~quiero~~ <sup>usar</sup> ~~claro~~ <sup>es</sup> el periodista trabaja con  
 el hecho <sup>con</sup> la noticia y el relacionista, <sup>debe</sup> ~~relacion~~ <sup>la</sup>  
 imagen de su cliente.

Otro comentario, aunque en menor escala son los  
los mencionados "pulsos de Prensa". Personas pagadas  
por ~~su~~ <sup>por</sup> cliente jefe para hablar sobre asuntos determi-  
nados o simplemente una ~~regulación~~ <sup>crisis</sup> de la ~~informa-~~  
~~ción~~ <sup>en la</sup> década de los '90 de los llama-  
dos: comunicadores, y esto creó, tanto para los  
relacionistas como para los periodistas es una  
gran confusión. Me resultó ~~incómodo~~ <sup>una persona</sup> el ~~juicio~~  
~~como~~ <sup>como</sup> lo fue el caso de Felix Hard, ~~de~~ <sup>de</sup>  
contrato por H. McClintock cuando sea presidente  
del Senado como "asesor en comunicaciones", y  
me resultó ~~más~~ <sup>como</sup> ~~superior~~ <sup>que ahora</sup> el ~~que~~ <sup>que</sup> ~~se~~ <sup>se</sup> ~~paraba~~  
~~presidente~~ <sup>como</sup> ~~y~~ <sup>McClintock</sup> ~~ahora~~ <sup>ahora</sup> Sec. de Estado haya contratado  
do a ~~un~~ <sup>un</sup> ~~delante~~ <sup>delante</sup> ~~para~~ <sup>para</sup> como "asesor también de  
comunicaciones" con la ~~especificación~~ <sup>labor principal de</sup> ~~de~~  
redactar ~~comunicados~~ <sup>de prensa</sup>. Esta inanguencia la  
he visto como un error y como una total falta  
de seriedad hacia la labor periodística ~~perjuicio~~ <sup>del periodismo</sup> ~~del~~ <sup>del</sup> ~~cambio~~ <sup>cambio</sup> ~~comunicacional~~ <sup>comunicacional</sup> ~~se~~ <sup>se</sup> ~~reducía~~ <sup>reducía</sup> ~~a~~ <sup>a</sup> ~~lo~~ <sup>lo</sup> ~~que~~ <sup>que</sup>



7

El resto es propaganda. Su función es poner a la vis-  
ta lo que está oculto, dar testimonio y, por lo tanto,  
"malear". y esto demuestra los dos canales  
por la cual transitan el periodismo y los Tel. Públicos.  
Sea en algún momento, como para el diario a redi-  
don diplomáticamente, ~~eso es correcto~~ para que  
fluya <sup>una parte de la</sup> ~~ese es correcto.~~ la información. Un periodista que quiera entre-  
vistar a un presidente de una empresa o al má-  
ximo político de un país le toma días, semanas,  
meses y años, <sup>dante el</sup> ~~y es~~ trabajo lo hace con la co-  
laboración del relacionista o portavoz de em-  
presa, ~~y~~ los dos observando unos códigos de ética.  
Hay periodistas con agendas cortas al cliente  
del relacionista, y se apañan "del pedu" para  
escribir o publicar de algo falso, pero créame esas  
pequeñas dejadas de los periodistas y miembros  
a la tentación o capricho personal. Y ahí los pe-  
riodistas quedamos desarmados porque cuando  
nos mantienen una campaña exitosa los Tel. Públicos  
nuestra credibilidad queda en entredicho.

8  
Constantemente <sup>mente</sup> estoy pensando y reflexionando sobre la función  
intelectual, cultural y social del periodista. Estoy convencido  
que el periodismo <sup>siempre</sup> es una herramienta para la creación  
de una conciencia civilizada. Por consiguiente,

he aquí algunas cosas que espero: 1) la lectura: los  
periodistas deben leer más, así que manejar el tiempo  
es fundamental, 2) redacción: la buena escritura  
se produce cuando se conocen los usos ortográficos  
y se internaliza que es mediante el lenguaje donde  
~~lambien~~ <sup>el</sup> mundo podía decir los periodistas que  
siquiera laminar apabullantemente el idioma,

3) superar una mala costumbre o solismo. Hay que  
en muchos casos vencer al maltrato <sup>patético</sup> "apa-  
rentemente" y "lamentoso" "dijadamente", el  
español es riquísimo para sustentar la abstracción

4) cultivar <sup>una tradición</sup> ~~una tradición~~ <sup>que</sup> ~~una tradición~~ de la difu-  
sión constante y permanente de noticias internacio-  
nales, y eso está en el criterio del periodista no pro-  
ducir, presentar, editar, o reportero, y 5) las  
escuelas y facultades y estudiantes de periodismo  
deben interiorizar el peso de que se estudia periodismo

para si andas, porque anclados en el fondo  
del mar quedacían. En cuanto a las nuevas tecno-  
logías: bitácoras dictónicas ("blogs"), mensajes  
de texto, redes sociales en mi trabajo, todas  
las integro todas, pero el discernimiento pro-  
ducto de la formación académica <sup>yo experimento</sup> permite ser  
cauteloso con lo que se ~~se~~ publica. También  
a estos espacios la credulidad <sup>de la impreca</sup> ~~de la impreca~~  
porque de lo contrario constituyo <sup>monarquía</sup> ~~utia~~ <sup>super</sup>  
de parte de la chismografía.

Conclusión: cita: Xavier Mas de Xajás, periodista catalán en  
su libro: Mientras. Viaje de un periodista a la de-  
sinformación, apuntó al decir: "Hace tiempo que  
El periodista trabaja para un medio y tiene sus jefes, pero la jefa  
del periodismo es la verosimilitud en la noticia. En las rela-  
ciones públicas, donde también impera un código de ética, el rela-  
cionista trabaja para la reputación de su jefe o cliente. Sustengo  
y defiendo que el periodista debe dejar a las Rel. Públicas como  
el físico a la energía nuclear, tranquila para que no haya  
explosiones donde no las debe haber.

fuiamos rechazados de ciudadanos democráticos a consumidores de la  
 abundancia somos público, audiencia y nicho de mercado porque nuestro  
 valor añadido no está tanto en la capacidad para elegir gobernantes - de  
 esto ya hay mucho más el marketing político - sino en la de campañas  
 de q. no sabemos q. necesitamos"