

EXPOSICIÓN MAGISTRAL

Formación, especialización y solvencia ética, exigencias para un periodismo integrador en la sociedad del conocimiento

RESUMEN

El trabajo ofrece una reflexión en torno al proceso de especialización que atraviesa la profesión informativa. En estos días, el conocimiento especializado empuja al periodismo por la fragmentación y la búsqueda de las competencias necesarias para enfrentar una realidad no sólo compleja, sino que además está atomizada, la que exige un trabajo pormenorizado y específico. Por eso, el análisis pretende establecer que la formación especializada no es sólo una necesidad de técnicas, sino una obligación ética para el periodista que aspira a responder a las demandas cada vez más específicas de la audiencia, pues de esta forma podrá cumplir su función última de ejercer un rol integrador con el público, acercando el conocimiento a la sociedad.

Palabras claves: especialización periodística, formación profesional, ética periodística, sociedad del conocimiento.

TRAINING, SPECIALIZATION AND ETHICAL CAPACITY, REQUIREMENTS FOR AN INTEGRATING JOURNALISM IN THE KNOWLEDGE SOCIETY

ABSTRACT

This work examines the specialization process that goes through the journalism profession. Nowadays, specialized knowledge leads the journalism through fragmentation and search of the necessary competences to face a reality that is not only complex but also atomized. This reality needs a meticulous and specific work. For this reason, the analysis tries to establish the specialized training not

Fernando José Gutiérrez Atala
Doctor en Ciencias de la Información
Universidad Complutense de Madrid.
Licenciado en Comunicación Social,
Universidad Católica de la Santísima
Concepción. Académico del Departamento de
Información y Lenguaje Periodístico, Escuela
de Periodismo, Facultad de Comunicación,
Historia y Ciencias Sociales, Universidad
Católica de la Santísima Concepción (UCSC),
Chile.

only as a technique necessity, but also as an ethical obligation for the journalist that wants to respond the more and more specific audience's demands. This way, it could perform its last function executing an integrated role with the public, giving the knowledge to the society.

Key words: Journalistic specialization, professional training, journalistic ethic, knowledge society.

1. Introducción

Sin lugar a dudas, el escenario que configura la sociedad actual es complejo, pero lo es particularmente para el profesional de la información, debido a que enfrenta una realidad cada vez más fragmentada, especializada y diversificada. Hoy en día, todas las áreas del conocimiento fomentan la parcelación de dicho conocimiento, pues reconocen en tal división un mecanismo pertinente para ahondar y profundizar en el dominio de un área en particular. Conforme avanza el desarrollo científico y tecnológico, la sociedad asimila y aquilata la premisa de que sólo mediante aquella porción específica de la realidad, ésta podrá ser conocida y estudiada en detalle. Aunque ciertamente esta idea es correcta y lúcida, no se puede dejar de admitir que propicia también una falta de orientación global para comprender esa realidad y una falta de interés en los investigadores por indagar en los campos ajenos, atentando así contra una visión integral y completa.

He aquí una de las principales paradojas en el tema de la especificación y atomización del conocimiento humano: mientras esta fragmentación se entiende positivamente como un proceso trascendental que impulsa y acelera la profundización y el desarrollo científico, al mismo tiempo se le teme y se desconfía, principalmente por sus consecuencias en la pérdida de la visión integral del mundo, propiciando un avance excesivamente fragmentado, caleidoscópico, incompleto y parcial. Aún así, la especialización presenta indudables ventajas y corresponde a una evolución que no puede ni debe ser negada y sólo algunos teóricos muy alejados de las realidades pueden pensar lo contrario (Fernández del Moral, 1996, 22).

En este sentido, la especialización es asimilada como una necesidad vital para el tipo de informaciones que demandan las audiencias actuales. Sin embargo, en la mayoría de los casos su fundamento y explicación nace exclusivamente desde la base técnica o desde la necesidad de que los profesionales profundicen en un conocimiento cada vez más complejo, pues dicha complejidad afecta también todo el proceso informativo que va desde las fuentes de información hasta los productos periodísticos que llegan al público. De ahí la necesidad de hacer de periodistas profesionales competentes en nuevas disciplinas y nuevas materias.

En este trabajo, sin dejar de reconocer dicha fundamentación, aspira a dar una mirada al proceso de especialización informativa que vaya mucho más allá de lo técnico: la especialización también puede justificarse y explicarse a partir de parámetros que sobrepasan a la técnica y que arrancan desde lo más profundo de su profesionalidad: quien aspire a ser un agente de mediación informativa entre una realidad compleja y el público debe hacerlo con las herramientas pertinentes que aseguren un desarrollo exitoso de esa mediación. En palabras sencillas, los informadores de este siglo deben aspirar a la especialización no sólo por una conveniencia profesional, sino también porque es su deber responder adecuadamente a las demandas del público al que se deben y sirven.

En lo estrictamente expositivo, esta reflexión comenzará por examinar las relaciones entre el fenómeno de la especialización y el periodismo, para continuar con la revisión de las competencias profesionales que derivan de los nuevos entornos laborales, finalizando con una aproximación entre las competencias propias de la profesión informativa y el tema ético, para finalizar con una propuesta específica en torno a acuñar el término y considerar a la especialización como una "competencia ética" para el informador, que lo hace competente para cumplir un rol protagónico y de integración entre la realidad y la audiencia.

2. Especialización y periodismo

Para comprender a cabalidad el fenómeno de la especialización, ésta debe explicarse limitándola en dos aspectos: el primero, que considera que cualquier individuo es tanto más especialista en la medida en que reduce su campo de acción, y el segundo, en el que se considera que un individuo es tanto más especialista en la medida en que ha profundizado su saber en ese campo. Asimismo, esa profundización será tanto mayor cuanto más amplia sea la base de la que se parte, el área del conocimiento al que se dirige y la capacidad de relación que se tenga de esa porción de la realidad.

La pertinencia de generar estos planteamientos sobre especialización surge al constatar que dicho fenómeno se posiciona de manera muy rápida como uno de los signos de esta época, en que la sectorización de la ciencia brota como respuesta a una necesidad de mayor profundización investigadora y el interés por comprobar prácticamente los fenómenos de la realidad. Rivadeneira (1996, 286) establece como un fenómeno común y presente en todas las ciencias la atomización, la subdivisión cada vez mayor de ellas, la combinación de las mismas y la aplicación de los conceptos de multidisciplinariedad e interdisciplinariedad. En ese sentido, y como ha ocurrido en otros ámbitos, el periodismo no está exento de esta fenomenología y le ha sucedido lo mismo que a cualquier otra parcela del conocimiento y actividad humanos.

La situación señalada ha encontrado especial impulso en el desarrollo tecnológico y en la necesaria fragmentación que deriva de este proceso. Ya Heidegger postuló que la crisis del pensamiento occidental estaría centrada en el olvido del ser causado por la técnica, que finalmente convertiría la realidad en un puro objeto, del cual se podría ejercer dominio y explotación. Por eso, es fácil descubrir en esta era tecnológica una necesidad de parcelación en los saberes, en busca de una mayor exactitud, un mayor rigor y una mayor seguridad. Lo paradójico es que al mismo tiempo, se da un fenómeno radicalmente inverso, con la presencia de signos claros de uniformización de la cultura, de trivialización de las informaciones y de incomunicación entre las distintas

ciencias, debido justamente a aquel exceso de fragmentación (Esteve, Fernández del Moral, 1999, 7).

Este proceso de segmentación de la realidad informativa puede explicarse tanto a la luz de la cultura de masas imperante hasta hace unos años y sus consecuencias propias—derivadas del mercado capitalista—como a partir de las características propuestas por la Escuela de Frankfurt. Dichas teorías señalan que además de la uniformidad de los mensajes, de la selección de los valores rentables acorde con la ideología imperante, del establecimiento de la moral del éxito como fundamento de la cultura y de la homogeneidad del modelo y la uniformidad del espectador, la cultura de masas responde a un proceso de notoria fragmentación (entendiéndola como un desorden) y a la imposibilidad de encontrar coherencias en los mensajes que llegan al receptor. Tal situación radicaría en que es la misma cultura la que aleja al individuo de la posibilidad de disponer de un sentido crítico que le permita asimilarlos, potenciando la desintegración social y el desconcierto que se ha señalado ante esta sobredimensionada atomización (Pérez, 2000, 24).

Pero en los últimos años del siglo XX, la cultura masiva progresivamente se debilitó, no tanto por su objetivo final que es el consumo, sino que por su modo de operar vinculado con el sistema mediático. El carácter excluyente de los medios de masas dio paso a un nuevo sistema más personalizado, que encontró su máximo exponente en la televisión. Hoy, con la digitalización y la extensión que permite el satélite, la oferta televisiva apunta a medios individualizados y especializados, abriendo una interesante veta de análisis hacia la oferta informativa específica y particular, pero también hacia los desafíos que impone a la profesión en lo general y a los informadores en lo particular.

Este proceso supone grandes retos para los medios y los periodistas, que se ven obligados a modificar la dinámica con la que enfrentan los hechos informativos y a manejar códigos diferentes a los tradicionales para llegar a la audiencia. Así, la pérdida del concepto generalista empuja a los medios hacia una extrema fragmentación y reestructuración del mercado, proyectando productos específicos, destinados a un público muy bien identificado, dispuesto a sesgar la información que desea recibir.

Ello supone transformaciones y exigencias diversas en materia de formación tanto para los futuros informadores como para aquellos que ya se encuentran insertos en el mercado laboral. Requerimientos que no sólo se sustentan en las demandas de la audiencia, sino que –como se verá a continuación– encuentran asidero incluso en las bases más profundas que dan sustento a la profesión informativa.

En esta dinámica, el periodismo especializado aparece como una herramienta eficaz para hacer frente a la fragmentación del conocimiento y de la realidad informativa y como un elemento integrador irrenunciable en la tarea de hacer llegar los contenidos más diversos a la audiencia de los medios de comunicación. Fernández del Moral aporta una de las definiciones consideradas más completas hasta la fecha, al señalar que el periodismo especializado es aquella estructura informativa que penetra y analiza la realidad a través de las distintas especialidades del saber, la coloca en un contexto amplio, ofrece una visión global al destinatario y elabora un mensaje periodístico que acomoda el código al nivel propio de cada audiencia, atendiendo sus intereses y necesidades (Fernández del Moral, 1996, 22). El análisis de esta definición apunta a recoger la idea del periodismo especializado como estructura y diversifica la visión de interpretación y especialización, haciendo referencia a la necesidad de adaptar el lenguaje según las necesidades e intereses de cada público, además de la conveniencia de mirar la especialización desde una perspectiva global y universal, prestando especial atención a la contextualización del mensaje periodístico.

En este sentido, la apertura temática que significa la especialización implica un ámbito de acción heterogéneo y complejo para el periodista. Estas peculiaridades deben considerarse a la hora de establecer pautas de conducta deontológica en esta naciente modalidad periodística. Por ejemplo, así como en los medios de información general el periodista está obligado a ofrecer información a un público de amplio espectro, con lo que una apreciación cobra a veces mayor relevancia que el dato preciso, en la información especializada y técnica, el periodista debe dar información de datos, hechos, servicios y productos concretos, además de las valoraciones generales. En este entorno, el generalismo, considerado como un valor añadido en el periodista de información general, deja de

ser un mérito para convertirse incluso en una rémora (De Quesada, 1995, 274). De esta forma, lo que intenta ofrecer el periodismo especializado es establecer interfaces eficientes entre la sociedad y las diferentes especialidades del saber. Por eso, Fernández del Moral se pregunta muy certeramente ¿de qué podemos informar a nuestros destinatarios los periodistas? De todo lo que tenga interés para ellos, ¿y qué es lo que tiene interés para los seres humanos? Todo lo que les afecta, mucho más intensamente cuanto inmediato sea, de ahí que la actualidad informativa resulte el componente fundamental de los contenidos informativo-periodísticos. Es aquí donde está el punto de unión entre el conocimiento especializado y la opinión pública, entre el trabajo del experto y la sociedad (Fernández del Moral, 2004, 19).

3. Periodistas competentes

Al abordar el análisis de las transformaciones en la labor del informador profesional en los últimos años, es posible apreciar a primera vista que la profesión informativa se encuentra inmersa en unos momentos difíciles, en los que la visión tradicional del periodista, como servidor del interés público, se enfrenta al reto que suponen las complejas realidades generadas por la presión cada vez más acuciante de un mercado abierto y globalizado (Sánchez Illán, 2005, 85-92).

Las sociedades se encuentran hoy en un proceso de tránsito hacia una sociedad de la información, del conocimiento y de la comunicación en las actividades económicas, sociales, políticas y culturales. La comunicación ocupa una posición central en la sociedad y la información se trasforma en un recurso cada vez más valioso, pero a la vez excluyente de aquellos que no participan de la nueva cultura de la información (Celam, 2000).

En la sociedad actual, se convive a diario con grandes y crecientes cantidades de información, que obligan a todos a establecer una estrategia general y personal para procesarla de manera eficaz y eficiente, de tal manera, que se convierta en conocimientos enriquecedores para que las personas desarrollen al máximo sus capacidades, en todas las actividades

del crecimiento individual y colectivo. En este escenario, la formación continua y la gestión del conocimiento (renovación de los saberes de las personas, conversión de los saberes en conocimiento explícito y funcional, aplicación eficiente, y conservación del conocimiento que van generando las personas y las organizaciones) pasan a tener un papel capital para la competitividad en el mercado y el progreso económico y cultural de la sociedad, constituyendo una garantía para el futuro de las personas.

Como se puede apreciar, la profesión periodística está sufriendo una transformación radical, quizá la mayor desde el auge de la prensa a mediados del siglo XIX. En el ocaso del siglo XX y albores del siglo XXI, está surgiendo una nueva forma de periodismo, con características como la noticia omnipresente, los contenidos multimedia y la extrema personalización de los mismos (Pavlik, 2005, 13). Esta situación exige de los profesionales de la información las competencias suficientes para responder al exigente reto integrador que de allí se deriva.

Es que en la sociedad de la información, la labor del periodista se encuentra inmersa en una realidad distinta a la tradicional y sufre importantes modificaciones como consecuencia, por ejemplo, de las nuevas tecnologías que aparecen en el mundo informativo, que lo obligan tanto a él como a los medios de comunicación a cambiar sus estructuras de trabajo para adaptarlas a las nuevas necesidades y exigencias de la sociedad, con intereses heterogéneos y fragmentados temáticamente.

Las razones para la transformación del periodismo ni son simples ni unidireccionales. Se trata más bien de un conjunto de fuerzas económicas, reguladoras, y culturales que, de la mano del cambio tecnológico, están confluyendo de modo que provoquen una enorme transformación en el carácter del periodismo del nuevo milenio. Sin embargo, a pesar de la evolución experimentada por el periodismo en las últimas décadas, sigue existiendo un desfase importante entre la formación especializada que se oferta al alumnado en las universidades y la demanda que existe en el mercado laboral, una demanda marcada por la rapidez y el dinamismo de la práctica profesional que contrasta con la mesura que a menudo se detecta en las aulas universitarias. Todavía siguen existiendo rémoras que lastran una adecuada preparación especializada a los alumnos de periodismo. El principal obstáculo se basa en el desajuste existente entre

el dinamismo que impregna a los medios y el comedimiento que se respira en las aulas y despachos universitarios (Gómez y Méndez, sin año, 104).

La clave para entender cómo están cambiando los distintos roles profesionales es conocer las transformaciones generadas –por ejemplo– por los avances tecnológicos, evaluar sus consecuencias sociales y determinar las necesidades en materia de comunicación que tiene la población. Las industrias culturales demandan nuevos especialistas adiestrados según las necesidades actuales, con rutinas productivas diversas, con formatos y soportes distintos e intercambiables. Eso sí, sin perder de vista que la especialización hacia el contenido no debe plantearse como una profundización del conocimiento de esa parcela del saber, sino en la comunicación de esa parcela.

La tarea del periodista y los medios de comunicación en muchas ocasiones está orientada a generar patrones, mitos y cosmovisiones del nuevo orden global que vayan de acuerdo a las exigencias del mercado. Por eso, la identificación de las competencias laborales requeridas por los informadores profesionales se inscribe en el contexto de la evolución del mercado y de las tendencias tecnológicas y organizativas que a nivel mundial están ocurriendo. Tendencias que se caracterizan por su creciente complejidad y apertura sistémica, lo que ha llevado a una multiplicidad de relaciones que inciden en el perfil de competencia requerida del personal.

Específicamente en el ámbito de los informadores, se orientará este análisis con la propuesta de Ledermann (2004, 59), quien plantea que en la formación de los periodistas existen tres ámbitos relacionados principalmente con la adquisición de competencias: el cognitivo, procedimental y el afectivo.

En el ámbito cognitivo, vinculado con el saber, parece importante que el periodista sea capaz de decodificar la información para su propio provecho y/o para entregarla al público con un grado de procesamiento suficiente para su entendimiento y comprensión. Esta situación resulta indispensable para la toma de decisiones en trabajos inherentemente relacionados con la investigación, como es el trabajo informativo, y para la interacción con otros especialistas, dado el rol de enlace que el

informador tiene entre el mundo de las fuentes y la vida diaria de las personas comunes que configuran la audiencia. En ese sentido, la labor periodística se transforma en una contribución innegable en el incremento del nivel cultural del público, aumentando así la capacidad crítica de los ciudadanos en lo particular y de la sociedad en su conjunto.

Asimismo, en el ámbito procedimental (del saber hacer), es donde tiene mayor incidencia el incremento de la masa de conocimiento científico, el aumento y diversificación de las vías no sistemáticas para adquirirlo y la obsolescencia del mismo. El incremento de la masa de conocimientos tiene muy importantes implicancias para la formación del informador profesional, tanto desde la perspectiva de la utilización como de la producción de ese conocimiento.

En este contexto de cambio tecnológico, la sociedad necesita, con la multiplicación de las fuentes de información, gestores de información, moderadores de procesos comunicativos, dinamizadores. O sea, personas con habilidades suficientes para facilitar el flujo de información entre los distintos actores sociales y con capacidad para aprovechar al máximo las herramientas digitales disponibles. Es en este sentido en el que se puede hablar de comunicadores en vez del término restrictivo de periodistas.

Finalmente, en el ámbito afectivo (del saber ser y saber convivir), las competencias necesarias tienen que ver con el comportamiento individual y con el comportamiento al interior de los grupos de trabajo. Entre ellas puede mencionarse el sentido de autonomía y responsabilidad, la inteligencia emocional y la capacidad de autocontrol, la habilidad para evaluar las propias fortalezas y debilidades, la capacidad de comunicación para relacionarse bien con los demás y la capacidad de negociación. En el plano científico, las principales competencias afectivas se relacionan con el desarrollo de actitudes como la curiosidad, la rigurosidad, la objetividad, la honradez y la perseverancia.

La principal conclusión es que la velocidad con que se registran los cambios en estos tiempos actuales, representa para las instituciones de educación formadoras de profesionales el desafío de preparar cuadros expertos para el futuro, conocedores de las distintas ramas del conocimiento. En un mundo de rápido cambio, se percibe la necesidad

de una nueva misión y de un nuevo modelo de educación superior centrado en el estudiante y en la renovación de contenidos y métodos. Se requiere además, la innovación en los contenidos de los cursos y en los métodos pedagógicos, cambiando el papel del docente hacia la transformación de la información en conocimiento y comprensión (Unesco, 1998, 4-10). Para hacer frente a esta tarea, las instituciones de educación tendrán que revisar y adaptar en forma permanente los contenidos educativos y deberán diseñar planes de estudios que respondan a los nuevos retos y a las nuevas exigencias que se presentan. Qué duda cabe de que el fenómeno de la especialización es una de estas urgentes exigencias.

Se ha señalado que el público ya no se presenta como una audiencia general, uniforme y receptiva, sino que se comporta como una serie de subgrupos de intereses específicos, con una alta exigencia en materia de calidad informativa. Y aunque la opinión del público siempre ha sido gravitante, estos tiempos actuales –los tiempos de la economía de mercado– tienden a otorgarle mayor protagonismo todavía.

En esa materia, decir que el público influye a la hora de redactar el mensaje informativo es algo tan axiomático para la mayor parte de los periodistas, que ni siquiera consideran necesaria la referencia a la presencia invisible de un público que está fuera de la redacción esperando el producto que luego aceptará o rechazará. Sin embargo, para el informador, que es el hombre que opera los mensajes informativos, la configuración de este nuevo escenario significa estar en permanente tensión entre comunicar la verdad y su conciencia clara de las exigencias del público, que llega a especificar el producto en forma muy concreta. Esto, no por conocido deja de admitir interpretaciones diversas (Fernández, 1992, 10).

Pero no es posible perder de vista que por muy injerente que pueda ser la opinión de la audiencia, el objetivo final de la labor periodística es dar cuenta de los hechos, informar, y en hacerlo de manera correcta en función de la demanda y las necesidades del público. Allí radica la principal diferencia entre información y comunicación, pues como señala Brajnovic, la comunicación puede no informar, sino tan sólo poner en contacto a dos o más personas, a dos o más cosas, a dos o más entes en

sus diferentes posibilidades combinatorias, mientras que la información se caracteriza porque la efectividad del discurso periodístico informativo no está en la persuasión (hacer creer) o en la manipulación (hacer hacer), sino sencillamente en el hacer saber, en su propio hacer comunicativo (Rodrigo, 1989, 14).

Para que el mensaje informativo sea verdaderamente tal, útil al público y a todos los ciudadanos cuyo derecho a una información veraz suelen reconocer todas las constituciones democráticas, se precisa que el estado deje en libertad el proceso informativo, estableciendo un clima de libertad; que las empresas se dediquen a suministrar información de manera igualmente limpia, sin viciar el proceso con propaganda o publicidad en lugar de información; que el destinatario de los mensajes, el público, ahora dueño de la información por su capacidad de elegir y por su influencia en la selección de los mensajes informativos, premie la veracidad con adhesión y rechace los mensajes no veraces; y lo más importante para los fines de este trabajo, que los profesionales traten de transmitir lo que de la realidad de los hechos hayan asimilado, sin buscar deformarlos para evitar errores, para lo que será recomendable una información cada vez más exigente.

En este plano es donde cobra especial importancia la necesidad urgente de repensar esta profesión, con medidas de corte profundo, como recuperar el sitio de la ética como sustento de todo el proceso informativo, teniendo en cuenta las implicancias transversales que tiene a lo largo de dicho proceso. Recuperar la mirada ética de la profesión permitirá aspirar a un mejor producto derivado del ejercicio profesional —es decir, un mejor periodismo— pero poniendo el acento en el origen mismo de la labor informativa: el informador, más aún en este nuevo entorno laboral, el de la fragmentación del conocimiento, de la complejización de la realidad y de la especialización de la información.

4. Las competencias y lo ético

Ya en la década de los 80, Martínez Albertos pronosticó que el periodismo sufriría una gran crisis, derivada de la pérdida progresiva de

la personalidad del periodista, convertido en un copista sobrepasado por una rutina laboral monótona y carente de sentido. Sustenta estas ideas en cuatro asuntos fundamentales. El primero de ellos es que la comunicación periodística, como fenómeno de las sociedades industriales, podría desaparecer en 20 ó 30 años más; y el segundo, que la supervivencia del periodismo está supeditada a que la actividad periodística sea socialmente valorada. En tercer lugar, señala que el concepto de periodismo como profesión debe estar apoyado en dos pilares básicos, que son considerarlo como una actividad dirigida al logro de un derecho público colectivo fundamental y el ejercicio regulado por exigencias éticas elaboradas por los propios profesionales. Por último —y en cuarto lugar— señalaba que la exigencia ética planteada en la tercera sentencia se debe manifestar día a día en una determinada práctica profesional, que puede ser descrita como el respeto a la teoría de los géneros periodísticos (Reig, 2004, 74).

Más allá de los cambios que Internet ha significado para el cumplimiento de la primera de estas propuestas, centremos el análisis en las últimas, relacionadas con la ética informativa. Uno de los temas más preocupantes, y al cual varios autores se han referido, es que en la vorágine del desempeño diario y de pugna por mantener un cupo laboral, es poco probable que el periodista se detenga a responder las cuestiones éticas. Tal situación es gravísima, pues la autodeterminación ética de los periodistas dependerá de sus elecciones personales que, además de estar influidas por sus semejantes y por sus medios, estarán determinadas por la formación que hayan recibido en este apartado tan vital de su aprendizaje. No en vano, la falta de preparación de los periodistas ha sido históricamente origen de comportamientos antiéticos (Videla, 2004, 11).

Aparece así un pilar fundamental de desarrollo en esta reflexión, que es posicionar a la ética como sustento de la actividad informativa, y por lo tanto, considerarla como una competencia exigible al informador. La gran carencia de documentos de discusión actual como la Declaración de Bolonia o el Proyecto Tuning es que, por lo menos en el caso de los informadores, reducen el término competencia al ámbito estrictamente técnico. Así, nadie dudaría que un periodista debe ser competente en

tecnología digital, en el manejo de teorías de la comunicación, en el dominio de idiomas, y así tantos otros ejemplos. Pero el periodista ¿debe ser competente desde el punto de vista ético? Evidentemente que sí. De hecho, tal competencia es transversal a cualquiera de las mencionadas en el principio, pues el periodista en tanto profesional, sólo hará un uso adecuado de los conocimientos técnicos con una correcta formación ética de respaldo. Dicha solvencia sostendrá la idea de que el conocimiento técnico del informador sólo tiene sentido, si éste es puesto adecuadamente al servicio de la labor informativa y, en definitiva, del público.

En este sentido, y a manera de propuesta, aparecen tres ideas principales:

1. *El valor de la verdad*: Es urgente retomar la discusión en torno al valor de la verdad dentro del proceso informativo. La primera responsabilidad del informador es la búsqueda honesta de la verdad. Por eso, el periodista debe estar preparado para investigar los hechos que enfrenta y entregarlos al público libre de deformaciones. Esta acción incluye el dominio suficiente de la materia que se informa. La verdad ocupa un lugar tan preponderante en la información, que si ésta no la incluye, no es información. Esta característica fundamental y básica determina al profesional porque le exige precisión, verificación y exactitud.

Si el periodista aspira a la búsqueda de la verdad, este imperativo le exige saber sobre qué informa, o sea, debe conocer y expresar la realidad del objeto sobre el que comunica. Si no lo sabe, no puede informar. Si a pesar de ello emplea formas y métodos informativos para comunicar algo que desconoce, está cometiendo un fraude profesional y una grave agresión ética. La importancia de la verdad en la información y su condición de deber profesional y ético, es una razón más que justifica la adecuada formación científica, técnica, jurídica y moral de los informadores y la necesidad de extender dicha formación hacia los cánones que determina el saber especializado.

Para ser un buen informador, para hacer un buen periodismo, no basta con la buena voluntad que pueda expresar el informador. Se requiere un

entrenamiento adecuado y una formación maciza, sólida. El periodista no sólo debe tener perspicacia y estar atento a descubrir el hilo de los sucesos, sino estar dispuesto a anteponer su deber social y ético a cualquier otra consideración o conveniencia (Blázquez, 1995, XVII). Así, aunque el hombre debe seguir lo que su conciencia le indica como bueno para todos los hombres, a un profesional se le exige mucho más: él mismo y la sociedad exigen que haga bien lo que ha afirmado ante esa sociedad que es capaz de hacer: su profesión (Lecaros, 1989, 29).

Desantes es claro y taxativo al precisar que la comunicación social es algo demasiado serio para dejarlo al albur del diletantismo, la improvisación o la frivolidad. Para poder prestar el servicio social que la profesión informativa impone, es necesario que el informador se capacite, pues hacerse capaz de prestar un servicio supone estar en condiciones de desempeñarlo, porque nadie puede dar lo que no tiene (Desantes, 1994, 88).

Pero lamentablemente esta situación vive un choque frontal con una cruda y preocupante realidad: el explosivo aumento en el número de profesionales de la información que deben luchar diariamente por acceder a un cupo laboral en los medios de comunicación existentes, determina una desvalorización de la profesión y un relego de la función social, el servicio y la ética a un segundo plano. Tales asuntos sucumben ante la necesidad de encontrar un trabajo, aun cuando éste se traduzca en el ejercicio de la labor con una orientación comercial o económica. Esta situación es claramente palpable en los tiempos actuales, en que los medios de comunicación sirven para divulgar todo y de todo. En ese plano, el asunto del deber de informar y de ser informado es un mensaje frecuente en los discursos y en la teoría, pero en el ámbito de la praxis cotidiana, los profesionales se muestran tan solícitos en traicionar ese deber como sus clientes desinteresados en gozar de ese derecho (Blázquez, 1995, XVII-XXII).

En este entorno, no es fácil llevar el tema de la ética a la discusión dentro de la esfera profesional periodística, con el objetivo de asegurar la comprensión de estos asuntos por parte de los informadores. Los periodistas se han mostrado como profesionales renuentes a colocar estos temas en la palestra profesional, y ven en la compleja situación profesional

antes descrita, el pretexto perfecto para justificar la existencia de comportamientos éticamente reprobables o la publicación de contenidos de nula calidad, tanto en lo informativo como en lo moral. Un número considerable de profesionales de la información asumen con facilidad los argumentos de que cualquier moral es una forma de represión y proponen que cada uno actúe como quiera y sea feliz a su manera. Traducido a la praxis periodística, supone comportarse al margen de los códigos deontológicos y del respeto a los derechos individuales y personales (Videla, 2002, 196).

Ante esta situación, tan perjudicial y preocupante para esta profesión, la actitud correcta debe ser la de propugnar la realización integral de la persona y la formación pertinente del profesional. No puede aceptarse que la profesión, apoyada en la ignorancia de los periodistas, continúe soslayando el tema ético y aceptando el comportamiento errado, propiciando la ética de la situación, aquella que arranca de la concepción general que se ha descrito, pero que discrepa de ella al estar dispuesta a apartarse de los principios básicos cuando la racionalidad y la situación lo exigen.

Como se ha planteado, una de las herramientas más eficaces para combatir esta situación, radica en que todo el proceso de formación de los periodistas, más allá de los asuntos teóricos y técnicos, contemple una verdadera reflexión en torno al trascendental rol social de quien se considera un informador profesional.

Grisez y Shaw hacen una interesante clasificación de las acciones humanas, dividiéndolas en tres niveles diferentes. En el primero de estos niveles, estarían incluidas todas las acciones cuyo significado proviene del logro natural de aquello hacia lo cual están dirigidas. Así, si la acción se realiza, alcanza su fin, salvo la ocurrencia de algún contratiempo o limitación física. En las acciones de segundo nivel, se encuentran aquellas que se orientan para la consecución de objetivos específicos y limitados, que son distintos y separados del propio acto, y donde la acción deriva de su fin. Por último, en un tercer nivel, se encuentran las acciones que suponen algún compromiso para participar en la consecución de un bien determinado (Grisez y Shaw 1993, 26-27).

Qué duda cabe de la necesidad de profundizar y fomentar, desde el punto de vista de los profesionales de la información, en las acciones de tercer nivel, entendiendo que el accionar del informador compromete un bien tan trascendental como el derecho a la información y el servicio a la comunidad, a la cual sirve a través de su desempeño laboral, siguiendo principios éticos básicos que guíen su labor de manera intransable. Después de todo, la calidad informativa, lo mismo que la técnica informativa, forman parte de las exigencias éticas. Las normas de calidad y las normas técnicas son ellas mismas también normas éticas. Sin embargo, se aprecia actualmente un peligroso desprecio corporativo por las cuestiones éticas y deontológicas (Piedrahita, 1998, 41).

2. *Repensar la formación*: Es vital prestar específica atención a la formación de los informadores, cuidando especialmente el énfasis en la enseñanza de la ética y de la responsabilidad profesional. Ello aseguraría que los programas curriculares recojan las nuevas demandas del público y respondan a su vez a las constantes transformaciones del perfil de los informadores de la sociedad actual. No en vano, mediante la formación –entendida ésta como el periodo del aprendizaje del ser humano– el hombre sale de su encierro en sí mismo para identificar y objetivar sus intereses. La formación del sentido de los valores, del sentido de su jerarquía, de la capacidad para distinguir lo más importante de lo menos, es una condición para el éxito de la vida individual y para la comunicación con los demás.

Por eso, la formación ética en los periodistas no sólo debe ser formada, sino que debe ser vigorizada, ya que un profesional éticamente consciente, funciona como refuerzo en el desarrollo moral de la sociedad, en la medida en que es capaz de primar los valores positivos de la comunidad o rechazar las prácticas profesionales que no se compatibilizan con la deontología profesional. Las profesiones deberían concebirse no sólo como un mero ejercicio de las actividades técnicas, sino también como un ethos moral, al que cabe exigirles determinados comportamientos a fin de que generen unos hábitos que se convertirán en los más significativos, moralmente hablando, de una profesión (Bonete, 1995, 19).

Soria señala que existen cuatro razones históricas que fundamentan las necesidades éticas de los periodistas. Una de ellas es la razón de identidad y competencia profesional, en el sentido de que la responsabilidad propia de los informadores radica en su identificación con los fines de la información. El profesional de la comunicación posee una profesionalidad cultural, es decir, que va más allá de lo meramente técnico o político, pero en ocasiones su deficiencia moral sería causa de su propia deficiencia profesional (Videla, 2004, 16). Así, es preciso que los periodistas vean su profesión con cierta perspectiva, profundicen más en la responsabilidad social que voluntariamente han asumido, para aproximarse a este tema con mejores ojos, con un poco más de convicción (Derieux, 1983, 43).

En este punto, el periodismo parece diferir de la evolución del resto del mundo profesional y demuestra un accionar insuficiente, pues en lugar de estipular y objetivar las reglas de su profesión, los periodistas no van más allá de establecer sus códigos deontológicos, o sea, declaraciones de intenciones, pero no establecimiento de pautas y normas claras y eficaces, pues muchos de estos mecanismos de autorregulación, son entendidos por el cuerpo profesional como intromisiones en la libertad de expresión. Pero no hay que perder de vista que informar es una práctica profesional que puede y debe tener sus reglas objetivadas y reguladas como cualquier otra profesión, y esta regulación no puede quedar limitada al mero voluntarismo o al simple enunciado de unos principios éticos (Ortega y Humanes, 2000, 57-58).

Los informadores son en gran parte los responsables y ejecutores del papel que tienen los medios en la compleja sociedad actual. La gran responsabilidad social que implica su trabajo hace de los principios éticos un pilar fundamental de la práctica profesional. Por eso, deben salir de las universidades preparados para la actividad profesional en la que se van a ver inmersos, y en este punto, la formación ética es básica (Videla, 2004, 11-12). Diariamente en el plano laboral, los periodistas adoptan a lo largo de su trayectoria profesional, cientos de elecciones morales, no en el plano abstracto, sino en el concreto de la práctica diaria. Todo este proceso estará cruzado en forma transversal por sus valores éticos, la aplicación que sepan de ellos y principalmente por la instrucción que

hayán recibido. Por eso resulta tan importante prestar atención al tipo de formación ética recibida y al estímulo a la reflexión sobre estas materias en las facultades de Información, de Comunicación o de Periodismo.

3. *Formación ética:* Se debe evitar que la enseñanza de la ética ocupe un lugar secundario en los planes de formación de periodista. Esta situación sigue siendo compleja, cuando influyentes sectores profesionales dudan de la necesidad de formación universitaria de los periodistas, con lo cual se dificulta la extensión de una conciencia ética y deontológica sobre bases firmes.

Es necesario entonces resaltar que, al hablar de la aplicación de la ética informativa, aparecen exigencias informativas y morales. Dentro de las segundas, está el deber de profesionalidad, que supone estar capacitado para lo que se hace y estar a la altura de la responsabilidad social que se asume. Esto no sólo quiere decir que el periodista tiene que formarse técnicamente en centros especialmente dedicados a esta área, sino que también apunta a que la formación que reciba esté a la altura de la responsabilidad social que asume y de las necesidades exigidas por el entorno.

Ciertamente, el periodismo no lo puede ejercer cualquiera y la formación tradicional no asegura el éxito, aun cuando se pase por la universidad. Por eso, es necesario implementar las acciones tendientes a que esta labor, que con frecuencia se observa rutinaria, superficial y sensacionalista, se transforme en periodismo real, de indagación, porque una cosa es información de actualidad presentada de manera superficial y rutinaria –eso lo puede hacer cualquiera, sin titulación universitaria alguna, basta con una preparación para el oficio– y otra, periodismo, que exige trabajo propio, como cualquier profesión (Reig, 2000, 82).

Con la complejidad del escenario ya configurada, la idea ahora es ofrecer proposiciones pertinentes para la inclusión del asunto ético en la vida diaria de los informadores, con aplicaciones particulares frente al fenómeno de la especialización. El comunicador con una base ética general está en disposición no sólo de ofrecer el mejor producto informativo a la audiencia, sino que dar garantía de solvencia en una realidad caracterizada por la especialización y la complejidad.

5. La especialización, una competencia ética pro integración

Pese a que la profesión informativa presenta en estos tiempos atisbos de desvalorización, no puede negarse que los periodistas son percibidos aún como un grupo con considerable influencia y prestigio sociales. Los últimos años demuestran un incremento sostenido en la valoración que la población hace de los medios de comunicación en comparación con otras instituciones, convirtiéndose en un punto de referencia dentro de la esfera pública. De hecho, el ascenso social de los periodistas, que ha corrido de la mano con el proceso de profesionalización, los ha llevado a asumir funciones que anteriormente pertenecían a otros grupos: representación de la opinión, legitimación del orden social, moralización y otorgamiento de notoriedad (Humanes, 1998).

Hasta este punto, se configura con relativa claridad el nuevo escenario formativo-laboral que enfrentan los informadores hoy. Se trae a colación el aspecto formativo y conjuntamente se pone de manifiesto el plano laboral, porque como se ha señalado, las exigencias del mercado también parecen avanzar hacia la disponibilidad de informadores capaces de asumir labores muy específicas y especializadas.

Al dar una mirada integral a todo este asunto, es imposible no encontrarle real sentido. Todo parece remitirse a una triangulación con tres vértices diferentes y complementarios: los medios de comunicación y sus demandas de informadores adaptados a las nuevas corrientes informativas; los informadores (activos, o los potenciales, es decir, quienes aspiran a ingresar a las universidades para seguir la profesión), que demandan formación pertinente que les asegure su inserción en el mercado laboral; y las universidades, que ofrecen (o deberían ofrecer) los programas que respondan a las demandas de los dos actores señalados anteriormente.

La necesidad actual apunta a informadores que tengan la capacidad de enfrentarse a una realidad compleja, dotados de las herramientas suficientes para comprenderla y transformarla luego en algo noticioso y comunicable para la audiencia, siempre con un sentido crítico, ejerciendo un rol real y efectivo de integración y conexión entre esa realidad y la audiencia.

El sentido crítico es una de las premisas básicas de la libertad de los sujetos, pues éste permite contar con una capacidad de discernimiento y de juicio propio que sustente la autonomía necesaria para la toma de decisiones. Se fundamenta en la educación que haya recibido previamente y en la correcta asimilación de esa enseñanza, que es la que otorgará los elementos de juicio indispensables para extraer conclusiones por sí mismo, que determinen sus ulteriores posicionamientos ante cualquier mensaje recibido, sea éste personal, profesional, informativo, académico, artístico o de cualquier otra índole. Desde antiguo, pero principalmente en la actualidad, los medios de comunicación intentan predeterminar con sus mensajes las conductas de los receptores, distorsionando el sentido crítico y las conclusiones del público receptor frente a los mensajes informativos entregados. Por eso, es vital el énfasis en la formación adecuada de los informadores tanto para un correcto sentido crítico personal, como en el que pueda influir en el público receptor.

No hay que olvidar que el periodismo no sólo se limita al ejercicio de un trabajo profesional acompañado de requisitos tecnológicos y científicos, sino que a una forma de actuar guiada por objetivos superiores que tienen relación con una función social. El fin social de la profesión informativa tendría así una dimensión de servicio, pues la profesión hace que el hombre se integre a la sociedad no en razón sólo de su naturaleza humana, sino a través de un aporte específico que hace a ésta: aquello que dice ser y sabe hacer (Lecaros, 1989, 28).

Entonces, uno de los grandes desafíos es que estos postulados lleguen más allá de la reflexión teórica y pasen a formar parte de las preocupaciones cotidianas de los informadores, sobre todo en materia de formación especializada. Pero esta no es una tarea fácil. Las empresas prefieren redactores polivalentes y generalistas antes que periodistas especializados y se siguen valorando más las cualidades o actitudes innatas, que no pueden ser transmitidas por las instituciones educativas, derivadas del talento natural y la vocación para el ejercicio del periodismo. Así, la opción de especialización por la vía académica no es la más recurrente, y la mayoría lo asocia como un proceso propio del desempeño profesional a lo largo de los años.

Se mantiene entonces el convencimiento de que la especialización periodística consiste más en la interiorización de ciertas rutinas que en el conocimiento experto, alejándose de la idea de la consolidación de un saber sistemático y especializado transmitido por una institución académica. Véase el ejemplo que imponen las nuevas tecnologías: el debate sobre la figura del periodista en el nuevo entorno tecnológico es común en la actualidad y ya está instalado en los ámbitos académicos y profesionales. Ello demuestra que los periodistas se mueven en una realidad que está en constante evolución, en una fase de transición y transformación que debe encontrar reflejo en las nuevas generaciones de periodistas, cuya formación debe estar basada en una enseñanza interdisciplinar, que parta en las materias introductorias y fundamentales, hasta llegar al mayor grado posible de especialización, sin olvidar los conocimientos aplicados tanto del tipo instrumental como práctico. Hay que romper moldes y caminar fuera y lejos de los senderos trillados. Las nuevas formas periodísticas, los nuevos contenidos, lenguajes y soportes están produciendo un emergente y singular oficio de informar, cuyos apoyos y premisas deben ser incorporados en las enseñanzas universitarias (Fernández, Sanz y Rubio 2006, 11).

Obviamente, se trata de un asunto necesario de abordar, pero complejo, pues aunque el ser humano tenga la libertad para encaminar su moral por la razón consciente del deber, no se debe olvidar que éste puede ser altamente influenciado por el ambiente en el que se desempeña, por las pautas morales de la comunidad en la que se encuentra inserto o por muchos otros factores externos que condicionan su desempeño personal, haciendo muy probable que se generen decisiones o elecciones inmorales, o fuera de la moralidad correcta. En este sentido, el primero de los ejemplos que podría señalarse es el de la falta a la verdad, y entendida ésta como el componente principal de la información, la desinformación como consecuencia de una preparación no idónea.

Quien no informa con la verdad, toma una decisión que no responde a la moral correcta. No cumple con su deber ni puede satisfacer el derecho de la sociedad. Pero ¿no toma también una decisión inmoral quien no informa adecuadamente por falta de formación técnica para comprender el asunto informado? ¿No es faltar a la verdad enfrentar el trabajo

informativo sin tener la pericia, sin manejar los conceptos propios de la información que se elabora? ¿No es un deber para quien pretenda informar sobre la especificidad, tener conocimientos igualmente específicos?

Muchas de las elecciones del informador pueden estar influidas por asuntos que afecten su accionar y le hagan transar en sus determinaciones, tales como las necesidades laborales, las cada vez más altas exigencias profesionales o las presiones externas, entre otras tan frecuentes en el ambiente informativo actual. Por eso se plantea la necesidad urgente de sostener que ante el cada vez más complejo escenario informativo, la especialización en el mundo periodístico evolucione y deje de ser una situación laboralmente deseable o conveniente, y pase a ser considerada como una obligación, como un ineludible deber y como la más clara muestra de su solvencia no sólo técnica, sino que también ética, que le permitirá satisfacer con éxito las demandas de un público cada vez más especializado y que espera comprender los hechos de una realidad igual de especializada y compleja como es la que nos impone la sociedad del conocimiento.

Referencias

- BLAZQUEZ, N. (1995). La deontología periodística en Latinoamérica. *Éticas de la información y deontología del periodismo*. Madrid: Tecnos.
- BONETE, E. (coord.) (1995). *Éticas de la información y deontologías del Periodismo*. Madrid: Tecnos.
- CELAM, Consejo Episcopal Latinoamericano. Algunos grandes desafíos frente al año 2000, en: www.celam.org.
- J. FERNÁNDEZ, C. SANZ y A. RUBIO (coords.) (2006). Presentación de J. Davara en *Prensa y Periodismo Especializado 3*, Madrid, Volumen 1, Asociación de la Prensa de Guadalajara.
- DE QUESADA, E. (1995). Deontología profesional del periodista especializado y técnico. *Éticas de la información y deontología del periodismo*. Madrid: Tecnos.

- DERIEUX, E. (1983). *Cuestiones ético-jurídicas de la información*, Pamplona: Eunsa.
- DESANTES, José M. (1994). *La información como deber*. Buenos Aires: Ábaco.
- ESTEVE F. y FERNÁNDEZ DEL MORAL J. (1999). *Áreas de Especialización Periodística*, Madrid: Fragua.
- FERNÁNDEZ, M. (1992). El público como sujeto activo en la producción de mensajes informativos. Madrid: Universidad de La Laguna.
- FERNÁNDEZ DEL MORAL, J. (1996). *Fundamentos de la Información Periodística Especializada*. Madrid: Síntesis.
- FERNÁNDEZ DEL MORAL, J. (2004). El periodismo especializado: un modelo sistémico para la difusión del conocimiento. *Periodismo Especializado*. Barcelona: Ariel Comunicación.
- GÓMEZ, J. y MÉNDEZ, S. (s/d). La formación en la especialización periodística para el profesional del siglo XXI. *Teoría y técnicas del periodismo especializado*. Madrid: Fragua.
- GRISEZ G. y SHAW, R. (1993). *Ser persona, Curso de Ética*. Madrid: Rialp.
- HUMANES, M. (1998). La profesión periodística en España. *Zer Revista de Estudios de Comunicación*, N°4.
- LECAROS, M. (1999). *Ética Periodística*. Colección Actualidad e Información. Santiago: Pontificia Universidad Católica de Chile.
- LEDERMANN, J. (2004). Competencias científicas en la formación del periodista. *Légete, Revista de Estudios de Comunicación y Sociedad, Escuela de Periodismo*. Chile: Universidad Católica de la Santísima Concepción.
- LUCAS, A. (2000). *La nueva sociedad de la información, una perspectiva desde Silicon Valley*. Madrid: Trotta.
- ORTEGA, F. y HUMANES, M. (2000). Periodistas del Siglo XXI. Sus motivaciones y expectativas profesionales. *CIC Cuadernos de Información y Comunicación*, N°5.
- PAVLIK, J. (2005). *El periodismo y los nuevos medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.

- PÉREZ TORNERO, J. (comp.) (2000). *Comunicación y educación en la sociedad de la información, Nuevos Lenguajes y conciencia crítica*, Barcelona: Paidós.
- PIEDRAHITA, M. (1998). *Periodismo impreso, audiovisual y electrónico del siglo XXI*. Madrid: Universitas.
- REIG, R. (2004). Martínez Albertos: textos para la reflexión. *Mensajes periodísticos y sociedad del conocimiento*, Madrid: Fragua.
- RIVADENEIRA, R. (1996). *La Teoría General de los Sistemas y la Ciencia de la Comunicación*. México: Trillas.
- RODRIGO, M. (1989). *La construcción de la noticia*. Barcelona: Paidós.
- SÁNCHEZ ILLÁN, J. (2005). El perfil profesional del periodista español. Evolución reciente y nuevos desafíos (1990-2005). *TELOS, Cuadernos de Comunicación, tecnología y sociedad*.
- UNESCO (1998). Declaración Mundial sobre la Educación Superior en el Siglo XXI: Visión y Acción.
- VIDELA, J. (2004). *La ética como fundamento de la actividad periodística*, Madrid: Fragua.
- VIDELA, J. (2002). *La formación de los periodistas en España. Perspectiva histórica y propuestas de futuro*, Tesis de Doctorado UCM, Madrid.

Correo electrónico: fgutierrez@ucsc.cl