

Ética del periodista: formación y práctica

Araceli Noemí Barragán Solís*

Universidad Nacional Autónoma de México, México.

* Profesora de la Licenciatura en Comunicación y Periodismo, Facultad de Estudios Superiores Aragón–UNAM.

Correo electrónico: aracelinbs@hotmail.com

Resumen

Los avances en la formación profesional son significativos y hay temas que toman relevancia mundial debido a las necesidades de la población, tal es el caso de la investigación respecto a la ética profesional del periodista, aunque ésta y sus responsabilidades no forman parte de los planes de estudio de la mayoría de nuestras escuelas de comunicación, debemos señalar que en las instituciones no sólo se trata de instruir al alumnado, sino de contribuir a su plena formación profesional como un individuo que es parte de su contexto histórico cultural. Desde que el periodismo se reconoció como profesión se enfocó también el estudio de su ética, aunque tiene mayor relevancia a partir de la década de los noventa, reconocida como una profesión con logros y virtudes, pero también de riesgos y constantemente supervisada por la misma sociedad a la que debe servir.

Palabras clave:

Periodismo
Formación profesional
Profesión
Ética profesional

Abstract

As professional education makes significant advances, it involves issues that have taken on worldwide importance because they have an impact on the needs of all society. One of these issues is the ethics of professional journalists. Journalists' responsibilities are not, however, covered in the curriculum in the majority of schools of communication, even though these institutions aim not only to teach their students but to contribute to their full professional development as individuals who are part of their historical and cultural context. Ever since journalism was first recognized as a profession, its ethics, too, have always been a subject of study. The virtues and achievements of journalism have been increasingly recognized since the 1990s, but also its hazards, and the control exercised by the society served by journalism.

Keywords:

Journalism
Professional education
Professions
Professional ethics

Formación profesional del periodista

Durante la formación de los futuros profesionales de la comunicación y el periodismo resalta la participación que tienen en la sociedad y la responsabilidad que conlleva ser parte fundamental de uno de los derechos humanos universales de mayor importancia, como lo es el derecho a la información. La información tiene el valor de aceptación en todo el mundo bajo los lineamientos de ser difundida con veracidad, claridad, brevedad y sencillez, rasgos distintivos del lenguaje que todo periodista debe dominar.

En esta carrera universitaria se tiene la meta de formar profesionales conscientes y capaces de analizar y evaluar críticamente la problemática fundamental de la comunicación, conocer las formas adecuadas de los mensajes y determinar los medios a través de los cuales se deben difundir, para que se cubran mejor las necesidades de información. Por ello es un recurso significativo la enseñanza de los géneros periodísticos, su producción y difusión en los medios impresos y audiovisuales. Cabe señalar que los géneros que están directamente relacionados con el quehacer periodístico, son: nota, crónica, entrevista, reportaje, artículo, columna y editorial. En ellos está la presencia del redactor, del reportero, o simplemente se reconoce al buen entrevistador y al articulista, por ser los sujetos que mayor presencia tienen en el ámbito del desempeño de esta profesión, debido a su ejercicio en los medios de comunicación: radio, televisión, prensa escrita y ahora Internet.

En la etapa de la educación superior y de la enseñanza de la ética periodística, los alumnos ya cuentan con amplios conocimientos, experiencias, actitudes y capacidades que serán promovidas por los docentes, quienes con sus habilidades didácticas permitirán propiciar el aprendizaje significativo,



Fotografía: Carmen Toledo

originar la enseñanza efectiva y de calidad para que el comportamiento del profesional de la comunicación y el periodismo se apegue a los lineamientos éticos establecidos.

En la investigación *Los valores entre los estudiantes de la Universidad Nacional Autónoma de México* (Herrera Márquez, 2001) destacan los valores que son trascendentales en la formación de los periodistas. Se especifica la necesidad de iniciar la promoción de una nueva axiología fundada en los valores humanos esenciales: la relación armónica entre lo individual y lo social, la solidaridad y el nacionalismo.

[...]los valores más importantes en 1999 eran la familia, la salud, la educación, la libertad, el amor, vivir y sobrevivir, el desarrollo personal, la paz y la honestidad y los valores morales. En términos generales, estos valores se mantendrán para el año 2009, con excepción de la paz y la honestidad y los valores morales, que serán sustituidos por el dinero, la posesión de los bienes materiales y el empleo o el trabajo (Herrera Márquez, 2001, pp. 35-36).

La Universidad no sólo forma profesionales, sino principalmente personas, seres humanos que se enfrentan al ámbito laboral con la fortaleza de la enseñanza. Indudablemente la formación universitaria contribuye a la fortaleza del profesional tanto en la adquisición de conocimientos como en el desarrollo de actitudes frente al desempeño profesional. Se reconoce que el estudiante presenta cambios constantes durante su estancia en la Universidad y que además de sus habilidades profesionales también manifiesta cambios de actitud.

Algunos cambios son atribuidos a las experiencias universitarias; otros, a la madurez y a las experiencias obtenidas fuera de la Universidad. En términos generales, los programas desarrollados en estas instituciones están dirigidos explícitamente a la adquisición de conocimientos y al desarrollo de habilidades, mientras que los cambios en la personalidad, en las características éticas y en las actitudes y valores son considerados como consecuencias indirectas de la asistencia regular a alguna de estas instituciones (Muñoz, 2001, pp. 155-156).

Estos estudios han arrojado datos interesantes que nos permiten considerar que la Universidad tiene un alto impacto en los estudiantes, particularmente porque como individuos en grupo socializan y, por lo tanto, se comparte algo más que el conocimiento académico. A ello debemos agregar que tanto la carrera como la institución en donde se estudia permiten identificar los valores de los estudiantes, “la Universidad en su conjunto tiene como objetivo la formación cultural, social y existencial de los sujetos, resguardando los valores humanos y poniéndolos también al servicio de la

sociedad mediante la ética profesional” (Herrera Herrera, 2001, p. 458).

La formación ética del periodista

En cuanto a las diferentes carreras profesionales, debemos destacar la disciplina que nos compete, de ahí que tratemos ahora, de manera precisa, lo relacionado con la **comunicación** y particularmente el **periodismo**, pues esta actividad tiene un apego a los valores éticos que se reconocen en la sociedad, por la difusión de los ejercicios periodísticos en los medios de comunicación.

Hablar de periodismo es enfrentar sus verdades. Muchos lo consideran en la línea de la soberbia y prepotencia, porque aunque el desempeño profesional del periodista sea de enorme influencia en la sociedad, éste no debe alejarse de la crítica, sin embargo, es más la autocrítica y el afán de destacar que muchas veces se envuelve en dificultades éticas y legales.

Como sabemos, los medios tienen una alta dependencia económica de las empresas que publicitan sus productos y que se ven limitados en la difusión de la información que pudiera estar relacionada con las mismas. Se tendrá entonces una autorregulación de los temas o se verán forzados por la determinación de otros empresarios a difundir lo que no perjudique a ambos. Bajo el entendido de autorregulación no como censura, sino como “el compromiso voluntario de los agentes que participan en el proceso de comunicación; va dirigida a complementar la libertad de los medios con un uso responsable de la misma[...] esencialmente guiada por los valores y fines de la comunicación” (Aznar, 2005, p. 30).

Cabe cuestionarnos respecto a la formación y también la práctica de los futuros periodistas. ¿Se está preparando a los jóvenes en las universidades para que hagan un tratamiento veraz de la información, con imparcialidad y

objetividad? ¿Saben cómo es el campo laboral y las competencias en el terreno de la profesión?

Para el periodista colombiano Javier Darío Restrepo, un periodismo ético inspira más confianza en los lectores y, por consiguiente, garantiza la permanencia del medio. Precisa que la ética periodística está ligada al ejercicio independiente respecto del poder y al hecho de que haya un creciente interés de los medios y los periodistas por responder a esa ética es un signo de recuperación de la prensa en América Latina (Espinosa, 2006, p.1).

Restrepo asegura que en “Latinoamérica hay dos clases de periódicos. Los que pertenecen a grupos familiares y los que son propiedad de grupos empresariales y políticos. Los que más confianza despiertan son los primeros, porque asumen el periodismo como un reto. Ahí hay más posibilidades de que el medio sea una respuesta a las necesidades de la sociedad” (Espinosa, 2006, p. 1). En el caso de los grupos empresariales y políticos, los diarios responden a los intereses comerciales o políticos de esos grupos, señala.

Respecto al compromiso ético también menciona que se está alcanzando un rango cada vez más importante en la ética, pues es preocupación de los dueños y directores de los medios que el lector crea en ellos y permanezca, aunque esto responda a intereses comerciales. Es por ello que entre los diarios se está desarrollando un periodismo ético, al que Restrepo define como: “aquel que se construye alrededor de los valores fundamentales del periodismo: compromiso con la verdad, lealtad a la sociedad y, sobre todo, un periodismo independiente. Si reúne esos tres factores ese es un periodismo ético” (Espinosa, 2006, p. 1).

Los medios son parte importante en el devenir social, ante ello, los profesionales de la comunicación y los dueños de los medios tienen un compromiso social, y el periodista, particularmente, siendo un trabajador

por cuenta ajena, aunque se ve forzado a cumplir con las directrices de quien le ha contratado y le paga, no debe olvidar o disminuir la importancia que tiene esa situación, pues entre el principio de subsistencia profesional y personal sobresaldrá su conducta ética informativa, más aún si su trabajo es brindarle a los lectores una información exacta, veraz, imparcial, a tiempo y lo más completa posible, pues el lector tiene el derecho de recibir esa información, muestra de los principios éticos del periodismo.

[...]su compromiso profesional es buscar y difundir la verdad de los hechos, nunca mentir. Cuando este compromiso se hace visible en el ejercicio profesional a través de un periodista o un medio de comunicación, los lectores lo retribuyen con la moneda de oro que es la credibilidad. (Restrepo, 2004, p. 67.).

La responsabilidad social del periodista implica un absoluto respeto hacia los receptores quienes buscan información y opinión de profesionistas, pendientes de que se realice un trabajo apegado a los lineamientos éticos, para ello las agrupaciones de profesionales han creado códigos de ética, manuales o estatutos de redacción, que permitan regular los principios de conducta de los periodistas bajo normas de actuación profesional permitiendo que se realice su trabajo libremente, ya sea en lo referente a recoger, transmitir, divulgar o comentar noticias e información y descripción de los acontecimientos. Los periodistas tienen como principio el respeto por la verdad y su difusión, pues es un derecho que tiene el público de conocerla.

La objetividad es claridad en la información y el “camino para acercarse a la búsqueda de la verdad en una noticia. La veracidad viene a ser, por necesidad profesional, pero fundamentalmente de la sociedad, quizá el valor más importante

cuando se proporciona una información” (Trejo, 1997, p. 232).

Como referimos, el trabajo del periodista está supeditado a lo que señalan sus jefes y dueños de los medios, más aún en el mundo cambiante de la información y las opiniones, de tal manera que es difícil darle tiempo a la reflexión sobre los valores éticos o profesionales. Sin embargo, hay valores tácitos o intrínsecos que son los principios indiscutibles en el periodismo: la oportunidad, la exclusividad, la originalidad, el carácter noticioso y novedoso. Asimismo, también existen los valores antiperiodísticos: lo trivial, lo reiterativo, lo ya sabido o muy poco significativo (Trejo, 1997, pp. 229, 230).

Ante esta realidad, el periodista debe competir constantemente en el mismo medio y después delante de los otros. La batalla por ganar las ocho columnas se da cada 24 horas o antes, por ello la competitividad es uno de los valores fundamentales en el oficio periodístico, pero ésta crea entre los reporteros y redactores un mundo de ambiciones y rivalidades, aunque también el esfuerzo por lograr lo mejor, se llena de tenacidad, dedicación y perseverancia.

La formación implica un compromiso, particularmente con la sociedad, por ello la “objetividad” es otro valor indispensable en la prensa, la nota debe ser lo más desinteresada o desapasionada posible, aunque siempre tendrá influencia de quien la escribe y la publica, la tarea es frente a la realidad. Si la objetividad es claridad en la información y el “camino para acercarse a la búsqueda de la verdad en una noticia. La veracidad viene a ser, por necesidad profesional, pero fundamentalmente de la sociedad, quizá el valor más importante cuando se proporciona una información” (Trejo, 1997, pp. 231).

Cuando una actitud humana responde a necesidades individuales o sociales se considera un valor, porque genera confianza. La sociedad necesita



Fotografía: José Ventura

de la verdad como valor en el periodismo, en los ámbitos políticos, económicos, culturales, deportivos; los medios informativos son observados y analizados en un mundo cambiante y complejo.

Cabe señalar que la ética no siempre forma parte del conjunto de pautas y valores en el periodismo. Los principios “éticos” no son traducidos de la misma forma por todos los que practican la profesión, esto porque existen intereses, presiones, negociaciones y vicisitudes que influyen en el manejo de cada información y, desde luego, de cada opinión aparecida en los medios.

Independientemente de las situaciones que viva como profesionista, el periodista nunca deberá falsificar documentos, sólo informará sobre hechos veraces, sin manipular, suprimir o corregir informaciones y datos. Es una obligación que se especifica en los códigos de ética y que va a requerir de un buen comportamiento en todo momento ya sea para conseguir información, fotografías y documentos, pues siempre debe recurrir a medios justos, sin artimañas o su obtención por medios irregulares, de lo contrario se comprometerá su desarrollo profesional.

Sin embargo, la ética queda disimulada en medio de principios de aplicación general que no necesariamente se cumplen o, más aún, cuyo cumplimiento no siempre se exige lo mismo dentro de las empresas periodísticas que entre los auditorios o lectores de cada medio. El cumplimiento de las pautas éticas depende finalmente del compromiso que en tal sentido tenga o pueda tener cada informador, pues las normas éticas son de aceptación personal y su acatamiento puede servir como guía del comportamiento de quienes aspiran a ejercer un periodismo profesional. Debemos destacar que es responsabilidad de los periodistas como profesionales ejercer para el bien social.

El desempeño ético del periodista

Es importante destacar que la profesión es algo más que un trabajo para lograr el sustento. Desde la propuesta de Adela Cortina, es *“una actividad social cooperativa, cuya meta interna consiste en proporcionar a la sociedad un bien específico e indispensable para su supervivencia como sociedad humana, para la cual se precisa en concurso de la comunidad de profesionales que como tales se identifican ante la sociedad”* (Cortina y Conill, 2000, p. 15).

La importancia de las profesiones reside en el bien específico que proporcionan a la sociedad y, por otro lado, en la capacidad que se tiene para crear identidad y comunidad, lo cual hace que los grupos de profesionales se integren en asociaciones, que les permiten fortalecerse como gremio y para proteger el mercado de cada profesión o ejercer el control monopolístico. En ello tiene injerencia la sociedad, pues es a fin de cuentas por quien se labora y se prepara constantemente un profesional (Cortina y Conill, 2000, p. 27).

En el quehacer periodístico esta tarea es fundamental, toda vez que su labor se difunde en la sociedad con rapidez sin importar las barreras físicas. Así, se considera profesional a quien, mediante largos estudios, ha adquirido la capacidad de realizar actividades de manera autónoma y responsable. Además de considerarlo como un sujeto capaz de analizar situaciones complejas apoyándose en los conocimientos que obtiene bajo el rigor de la lectura, lo cual le permite elegir, de forma rápida y consciente, las estrategias que mejor se adapten a los objetivos y a las exigencias éticas.

Referirnos a la tarea del profesional es considerar su desempeño dentro de lo establecido en cada disciplina, o el desempeño ético, pero a razón de la enseñanza que ha recibido. Para Augusto Hortal, “un profesional ético, es aquel que hace el bien en su profesión, haciendo bien su profesión” (Hortal, citado por Cortina y Conill, 2000 p. 60). En este sentido, el autor destaca los principios en la enseñanza profesional:

- a) Principio de beneficencia.
- b) Principio de autonomía.
- c) Principio de justicia.

Otro factor importante es el desempeño profesional, el cual “exige que la persona tenga los conocimientos, destrezas y actitudes para prestar un servicio. Se refiere a la habilidad o capacidad para resolver los problemas propios del trabajo” (Hirsch, 2003, p. 41). Lo que se espera de un trabajo profesional es que sea competente pero también una conducta ética.

El periodista representa una figura muy importante: el verdadero, y único testigo en la mayoría de los casos, de los acontecimientos[...] es un privilegio, pero, sobre todo, supone la responsabilidad de ser fiel transmisor[...] no debe brillar por lo que ofrece, sino por cómo lo ofrece. La calidad, tan unida al trabajo empresarial y organizativo, ha de ser la nota distintiva que diferencie a un profesional de otro, a un medio de otro (Echaniz y Pagola, 2004, p. 125.).

Ante esta situación, se establece la necesidad de abordar los derechos y deberes intrínsecamente unidos al quehacer pe-

riodístico. Se encuentran las “figuras deontológicas (secreto profesional y cláusula de conciencia), más tarde transformadas en jurídicas, para el correcto y amparado desarrollo de su profesión” (Echaniz y Pagola, 2004, p. 125). Se garantiza un ejercicio libre para beneficio de la sociedad. Sin embargo, la realidad social lleva a los medios a buscar audiencias bajo la premisa económica y demerita la calidad de los contenidos, por ello desde la década de los noventa se redactaron códigos deontológicos, con los cuales se intenta otorgar los cauces para un desempeño serio y con rigor.

El periodista debe contar con libertad para ejercer su función social y actuar de forma responsable. En esta actividad están en juego cuatro valores éticos.

1. La *verdad* y la *veracidad*; lo contrario, el engaño.
2. La *libertad* posibilita la información.
3. La *dignidad* de las personas tratadas como seres valiosos.
4. La *responsabilidad* combina el respeto a los principios de valoración de las consecuencias y las circunstancias (Etxeberria, citado por Echaniz y Pagola, 2004, p. 131 y 132).

Existen varios códigos en el ámbito de la comunicación debido a la diversidad de aspectos, como: alcances, la organización que lo promueve, el tipo de periodismo, el tipo de soporte. Cuentan con estructuras similares y elementos comunes, muchas veces hasta de presentación. Cabe destacar los principios que se señalan:

1. Proporcionar información objetiva y veraz.
2. Se prohíbe toda representación manipulada de la realidad y manipuladora hacia el receptor.
3. Se norma la confidencialidad.
4. El deber de la profesionalidad, que es estar capacitado para lo que se hace.
5. Que se realice la labor independientemente y con total autonomía.

Con la finalidad de que se cumpla el desempeño de la profesión periodística de manera cabal, se han elaborado algunos códigos éticos o códigos deontológicos. “El gran valor de los códigos radica en que surgen de la propia profesión, pero ahí se encuentra también su gran pega: no tienen el apoyo y la fuerza de las normas jurídicas, lo que hace que en la práctica no siempre se cumpla” (Echaniz y Pagola, 2004, pp. 195). En todo caso, el código establece reglas para el funcionamiento del grupo de profesionistas con la finalidad de reducir a los no calificados.

Así como se establece que la ética periodística considera el conjunto de principios que guían el comportamiento profesional, se deben tomar en cuenta los problemas y las condiciones que rodean el trabajo del periodista, así como

su capacidad individual para tomar decisiones durante su desempeño de manera autónoma e independientemente de los intereses que se generen en los grupos de trabajo.

Es pertinente que los estudios sobre ética periodística consideren, además del comportamiento ético, las circunstancias en donde se desarrollan o desempeñan estos profesionistas, pues como lo señalamos en un principio, durante la formación universitaria se aprenden estructuras y características de géneros periodísticos, su redacción y la producción para los medios requeridos y dista mucho la enseñanza de los valores de la profesión, aunado a ello se encuentra la decisión del periodista que debe ser el resultado de su reflexión y conciencia, como condiciones necesarias para que actúe por convicción a los principios de la profesión.

Bibliografía

- Aznar, Hugo, “Códigos y recomendaciones para los medios”, en *Ética de la comunicación y nuevos retos sociales*, Paidós, España, 2005.
- Cortina, Adela y J. Conill, *10 Palabras Clave en Ética de las Profesiones*, Verbo Divino, Navarra, España, 2000.
- Echaniz, Arantza y Juan Pagola, *Ética del profesional de la comunicación*, Centro Universitario de la Compañía de Jesús, España, 2004.
- Espinosa, Jorge Luis, “Se recupera la prensa en AL”, disponible en www.eluniversal.com.mx/pls/impreso. 5 de febrero de 2006.
- Herrera Márquez, Alma *et al.* “Los valores entre los estudiantes de la Universidad Nacional Autónoma de México”, en Ana Hirsch Adler (comp.), *Educación y Valores*, tomo II, Gernika, México, 2001, pp. 391-420.
- Herrera Herrera, Rafael Demetrio, “Los valores morales en la formación profesional”, en Ana Hirsch Adler (comp.), *Educación y Valores*, tomo II, Gernika, México, 2001, pp. 451-461.
- Hirsch Adler, Ana, *Ética Profesional e Identidad Institucional*, Universidad Autónoma de Sinaloa, México, 2003.
- Muñoz Izquierdo, Carlos *et al.*, “Formación universitaria y compromiso social: algunas evidencias derivadas de la investigación”, en Ana Hirsch Adler (comp.), *Educación y Valores*, tomo II, Gernika, México, 2001, pp.153-182.
- Restrepo, Javier Darío, *El zumbido y el moscardón. Taller y consultorio de ética periodística*, Nuevo Periodismo, Fondo de Cultura Económica, México, 2004.
- Trejo Delarbre, Raúl, “Periodismo: la ética elástica (la ética y los valores en el periodismo)”, en Juliana González y José Landa (coords.), *Los valores humanos en México*, Siglo XXI, México, 1997, pp. 225-250.

