

Desafíos en la formación de los periodistas en el nuevo espacio europeo de educación superior: Aspectos éticos y deontológicos

Francisco Cabezuelo L. y *
María José Pérez S.

Resumen

Este artículo trata el nuevo rostro académico del Periodismo bajo el nuevo Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) que debe ser implementado en los centros universitarios de la Unión Europea antes del final de 2010. El EEES significa una completa revisión de los títulos universitarios, incluyendo los estudios tradicionales de la Comunicación Social como los grados en Periodismo, Comunicación Audiovisual o Publicidad y Relaciones Públicas. Los nuevos programas contienen un mapa de competencias y habilidades que los estudiantes deben desarrollar tras su paso por la universidad. Con el fin de proporcionar una educación a los futuros comunicadores, este artículo propone un modelo basado en principios éticos y valores para desarrollar una carrera de éxito en el mundo del Periodismo y la Comunicación Social.

Palabras claves: Periodismo, Universidad, Espacio Europeo de Educación Superior (EEES).

Abstract

This article discusses the new face of academic programmes dealing with Journalism under the European Space for Higher Education (ESHE), which will have to be implemented by the end of 2010. The ESHE involves a complete revamp of existing programmes in media and communication studies, including journalism, audiovisual and broadcasting practices, advertising and PR. The new programmes will have to incorporate a series of skill sets that students would need to acquire during their time in Higher Education. This article pro-

poses a model based on ethical values as to be able to offer a programme in which the student can achieve success in the world of journalism, media and communication.

Keywords: Journalism; University; European Space for Higher Education (ESHE)

Résumé

Dans cet article on analyse le cursus académique du journalisme du nouvel Espace Européen de l'Éducation Supérieure (EEES) qui entrera en vigueur à la fin de l'année 2010. L'EEES implique une révision exhaustive des traditionnels diplômes universitaires en journalisme, communication audiovisuelle ou de publicité ou relations publiques et des anciens programmes de formation en communication sociale en général. La conception des nouveaux programmes est fondée sur une grille des compétences et des formations que les étudiants doivent acquérir au cours de leur parcours universitaire. Un modèle fondé sur des valeurs et des principes éthiques est proposé ici comme une contribution à la conception d'une meilleure formation en journalisme et communication sociale.

Mots clé: Journalism; Université; Espace Européen de l'Éducation Supérieure (EEES).

Recibido: 01/12/2009

Aprobado: 18/12/2009

1. Introducción: nuevos retos

Es obvio que los profesionales y analistas de la comunicación social de todo el mundo –desde España a Venezuela, pasando por Portugal o México– nos encontramos hoy ante nuevos grandes retos. Destacan los retos tecnológicos, fruto de las inversiones en innovación y desarrollo, que a su vez provocan cambios y retos económicos y empresariales en los medios de comunicación y la estructura de sus empresas. Del mismo modo, y de forma paralela, vivimos otros cambios, que son el resultado de la acción de la política, el nuevo orden mundial, la globalización, o, en el caso de España, de su pertenencia a la Unión Europea. En este contexto, surgen varios retos para las universidades españolas encargadas de la formación de los nuevos profesionales de

la Comunicación Social que han de formarse bajo las nuevas pautas marcadas por el Espacio Europeo de Educación Superior (EEES). Y, finalmente, no podemos olvidar el eterno reto de la comunicación es la profesionalidad que se da gracias a la formación basada en la ética y deontología profesional. Independientemente del EEES, esta cuestión ética y deontológica afecta igualmente a facultades universitarias europeas, latinoamericanas o asiáticas.

De este modo, este artículo pretende desarrollar un análisis que hace hincapié en el estudio de los retos formativos, profesionales y éticos del periodista del futuro bajo las nuevas pautas europeas que serán comunes en todas las universidades de la Unión Europea y de otros países del Viejo Continente que se han adherido a la iniciativa unificadora y normativa del EEES. Con este artículo intentamos presentar y aportar de forma rigurosa y concreta, desde el respeto a los diferentes puntos de vista, a las diferentes concepciones del Periodismo y a las diversas teorías de la Comunicación Social, una completa reflexión centrada en algunos ejes esenciales que –junto a otros– marcarán el desarrollo del Periodismo en las universidades españolas y europeas de este nuevo siglo XXI. Para ello partimos de la idea de que el estudio de la comunicación social y la formación de los futuros periodistas no son ajenos al momento de permanente cambio que vivimos, ni al entorno que nos rodea. Tal y como nos recordaba el gran maestro de periodistas, el polaco Ryszard Kapuściński, “no hay periodismo posible al margen de la relación con otros seres humanos; la relación con otros seres humanos es el elemento imprescindible de nuestro trabajo” (Kapuściński, 2005:38).

En este análisis, no puede ser olvidado nuestro contexto. El entorno en el que vivimos está seriamente marcado por el cambio permanente, las desigualdades, la rápida evolución tecnológica, una marcada crisis económica en todo el planeta y el ya bien conocido contexto de la ‘globalización’ o ‘mundialización’. Es así, como este artículo tratará temas tan dispares como el EEES, la hibridación de la información y la opinión, el desarrollo de una nueva concepción de los periodistas bajo el paraguas Bolonia, el fenómeno de los blogs y las redes sociales, hasta el sensacionalismo o la censura. Estos y otros puntos serán algunos de los temas tratados en los diferentes apartados del análisis

sobre el reto al que los docentes se tienen que enfrentar para formar los periodistas y comunicadores sociales del siglo XXI.

2. Los retos académicos en la formación de periodistas

El futuro de las universidades del continente europeo, incluidas las españolas, se enfrenta en la actualidad a dos grandes retos. El primero de ellos consiste en saber dar respuesta al obligado análisis y crítica moral frente al resto de la sociedad. El segundo reto hace referencia al desarrollo de una investigación de calidad en la actual y compleja sociedad del conocimiento en la que la cultura digital preside los primeros pasos del siglo XXI. Sólo en este contexto, debe entenderse el establecimiento y puesta en marcha de los nuevos estudios de grado en el campo de la Comunicación (Grado en Comunicación Audiovisual, Grado en Periodismo, Grado en Publicidad o Grado en Comunicación Social, entre otros) surgidos en España bajo el paraguas del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) y la nueva concepción de sus proyectos y trabajos de fin de carrera en todas las titulaciones del área de las Ciencias de la Comunicación.

2.1. Los estudios universitarios en Comunicación: desde sus orígenes hasta la formación a distancia a través de Internet

En Europa, el proceso de consolidación académica del fenómeno de la comunicación social se formaliza en Alemania el año 1916 con la creación del Instituto para el Estudio Periodístico de la Universidad de Leipzig (Alemania). Sin embargo, en Estados Unidos, vuelve a sacar ventaja a Europa en este campo. Durante la segunda mitad del siglo XIX y los primeros años del siglo XX comienzan a florecer estudios universitarios ligados a la comunicación de masas en Norteamérica. Estos estudios se ocupan de la oratoria pública, la escritura de discursos y el rol de la prensa en el desarrollo de la nueva sociedad norteamericana. Pero no será hasta el siglo XX cuando se consoliden estudios propios gracias a autores posteriores, como Lasswell, Lazarsfeld, Lewin y

Hoyland, considerados los auténticos padres de las Ciencias de la **C**omunicación, entendidas de un modo contemporáneo.

En el caso de España, podemos hablar del primer caso de estudio **d**el Periodismo en una institución docente, gracias a la fundación de **l**a Escuela de Periodismo de 'El Debate' (1926-1936), creada por Don **Á**ngel Herrera Oria, integrada en el Centro de Estudios Universitarios **(CEU)**. La Universidad San Pablo CEU de Madrid es hoy la heredera **d**e esta orgullosa tradición de periodismo ligado a la Iglesia Católica. **T**ras finalizar la Guerra Civil Española, que arrasó y arruinó España **e**ntre 1936 y 1939, se crea en 1940 la Escuela Oficial de Periodismo en **M**adrid, que durante muchos años sería el único centro que expedía el **t**ítulo durante la Dictadura del General Franco. En 1958 surge el Instituto **d**e Periodismo de la Universidad de Navarra. En 1971, en los últimos **a**ños del Franquismo, se aprueban las facultades contemporáneas **d**e Ciencias de la Información, siendo Madrid, Barcelona y Navarra **p**ioneras en estos estudios superiores.

En la actualidad, en España hay más de 40 centros universitarios **e**spañoles donde se pueden conseguir las titulaciones oficiales de **P**eriodismo, Comunicación Audiovisual o Publicidad y RRPP. Son ya **m**uy pocas las comunidades autónomas en las que no se ofrecen estos **e**studios, ya sea en universidades públicas o privadas. Realmente, todo **e**l territorio está cubierto, pues son varias las universidades que ofre- **e**en también estos estudios a distancia o en formato semi-presencial. **G**racias a las nuevas tecnologías, algunas universidades –con campus **v**irtual- a través de sus recién estrenados Grados en Comunicación **S**ocial están logrando hacer posible estudiar estas disciplinas sin limi- **t**aciones geográficas. A estos estudios universitarios se han sumando **e**n España universidades oficiales y reconocidas por la Ley que ofrecen **l**a formación a distancia como es el caso de universidades nuevas **c**omo la Universidad a Distancia de Madrid (UDIMA) y la Universidad **I**nternacional de La Rioja (UNIR) y otras con más experiencia como la **U**niversitat Oberta de Catalunya (UOC).

En definitiva, es posible afirmar que desde que en los años cincuenta **J**uan Beneyto fuera uno de los primeros estudiosos en España del fe- **n**ómeno de la comunicación social hasta la actualidad hemos cumplido **y**a medio siglo. Una vez superado el debate de las influencias sobre las

disciplinas, con sus dos vertientes, una más americana y sociológica, introducida en nuestro país por autores como Miquel de Moragas (Universitat Autònoma de Barcelona), y otra más filosófica, humanística y europea, representada por Ángel Benito (Universidad Complutense de Madrid), las Ciencias de la Información y de la Comunicación se convirtieron en estudios universitarios.

2.2. El Espacio Europeo de Educación Superior o 'Plan Bolonia': la nueva realidad de la universidad española

Más conocido de forma coloquial con la expresión 'Plan Bolonia', el Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), es un ambicioso proyecto de los países europeos para poner en marcha un área única de intercambio de conocimiento, estudiantes, profesores y personal académico. Bolonia busca la 'convergencia europea' en materia de educación. Este proceso tiene su germen en una reunión celebrada el 25 de mayo de 1998 en la capital francesa para celebrar el cuarto centenario de la Université de Paris, a la que acudieron los ministros de Educación de Francia, Alemania, Reino Unido e Italia.

La ocasión fue aprovechada para lanzar su propuesta de creación de un 'Espacio Europeo de Educación Superior' en toda la UE a través de lo que se llamó la 'Declaración de la Sorbona'. Casi dos años más tarde este proyecto se concretó con la firma del 'Tratado de Bolonia', ahora ya sí respaldado por todos los países de la UE y seguido en la actualidad por un total de 43 países del Viejo Continente.

El tan citado 'Plan Bolonia' propone la adopción de un sistema fácilmente legible y comparable de titulaciones, mediante la implantación, de títulos homologables a través del suplemento europeo al título, la adopción de un sistema basado fundamentalmente en dos ciclos (grado y postgrado), el establecimiento de un sistema de créditos europeos (ECTS), la promoción de la cooperación académica para asegurar un nivel de calidad para el desarrollo de criterios, el desarrollo de los programas de movilidad de alumnos y profesores y la implantación de metodologías comparables, además de una promoción de la dimensión europea en el desarrollo curricular.

2.3. La nueva estructuración en créditos ECTS

Con la implementación del EEES, el concepto de crédito cambia. Ya no se valora solo la duración de las clases impartidas por el profesor. Ahora cuenta todo el volumen de trabajo total que el estudiante debe realizar para superar la asignatura, lo que incluye las horas de clase teóricas y prácticas, el esfuerzo dedicado al estudio y la preparación de exámenes. El EEES establece un nuevo sistema europeo de créditos que se configura como un nuevo sistema de valoración de las enseñanzas. Hasta ahora, el concepto de crédito en España estaba establecido en diez horas lectivas teóricas, prácticas o equivalencias como prácticas en empresas o estudios en el extranjero.

Ahora el valor del crédito pasa de diez horas de clase a entre 25 y 30 horas de trabajo, de tal manera que cada estudiante realice 60 créditos ECTS a tiempo completo durante un curso académico, lo que convertirá al estudiante en el centro y principal actor del sistema universitario. La carga de trabajo del alumno en el ECTS consiste en el tiempo invertido en asistencia a clases, seminarios, estudio personal, preparación y realización de exámenes, etc. Estos créditos sólo pueden obtenerse una vez que se ha completado el trabajo requerido y se ha realizado la evaluación adecuada de los resultados del aprendizaje. Lo que se valora son conjuntos de competencia, que expresan lo que el estudiante sabrá, comprenderá o será capaz de hacer tras completar un proceso de aprendizaje tras su paso por la universidad.

El EEES pone de manifiesto el cambio sustancial que supone la incorporación del crédito europeo a la docencia universitaria, es importante el estudio de la relación entre competencias y créditos ECTS (Fanjul, Pérez Serrano y Cabezuelo, 2008). El EEES valora los créditos ECTS como reconocimiento del esfuerzo personal del alumno. Así, su planteamiento teórico empieza a ser profusamente tratado y se impone un análisis de casos concretos que muestre las consecuencias de esta transformación docente marcada en los objetivos básicos de la Declaración de Bolonia.

El ECTS plantea el crédito como eje que servirá para, con un prisma metonímico, observar el nuevo planteamiento de gestión del tiempo, planificación de recursos, ideación de metodologías, observación de competencias, fijación de objetivos, identificación de requisitos, esta-

blecimiento de contenidos, previsión de actividades, sistematización de evaluaciones y observación de bibliografía que supone la guía docente, como herramienta cotidiana derivada del planteamiento del EEES.

2.4. La revisión de las competencias en el proceso de enseñanza-aprendizaje del Periodismo

El EEES propone una nueva metodología de enseñanza-aprendizaje e invita a la implantación de un modelo basado en el desarrollo de las competencias cuya finalidad es dotar a los alumnos de unas competencias que les permitan seguir aprendiendo y encontrar por sí mismos los caminos del conocimiento y la resolución de problemas. Igualmente, busca proporcionar una educación técnica y dotar de una capacitación a los futuros profesionales, dotándoles de habilidades combinables que sirvan tanto para la esfera académica como para el mundo profesional.

El EEES obliga al conjunto de la comunidad universitaria a plantearse nuevas metodologías docentes con el fin de lograr la tan necesitada excelencia académica. Estos cambios afectan a todo el abanico y oferta universitaria, incluyendo las Ciencias de la Información y la Comunicación y, por tanto, la formación de los futuros profesionales del mundo del Periodismo, la Comunicación Audiovisual y la Publicidad y las Relaciones Públicas.

La educación y formación basada en competencias, además de reconocer el resultado de los procesos escolares formales, también reconoce los conocimientos, habilidades y destrezas adquiridos fuera de las aulas. Lo importante es dotar al alumno de unas competencias para la solución de problemas específicos más allá de dotarle de una preparación abstracta que no le capacite para salir airoso de retos académicos y profesionales. Se trata de hacerle capaz ante los avatares de la vida laboral que le espera –con suerte– a la salida de las aulas. De la misma manera, se espera que el alumno pueda compaginar formación y vida laboral. De hecho, el EEES considera acertadamente que la formación es constante y se produce a lo largo de la vida, lo que da lugar al nuevo ‘Long-life learning Programme’ (LLLP), de la Unión Europea.

Los responsables de las administraciones educativas y territoriales coinciden a la hora de implantar modelos curriculares centrados en el desarrollo de competencias básicas, en la definición de lo que competencias. Las competencias esenciales para la vida de las personas y el buen funcionamiento de la sociedad son las capacidades básicas y podrían ser definidas como la habilidad de para responder a demandas complejas y llevar a cabo tareas diversas de forma adecuada. Suponen, por tanto, una combinación de habilidades prácticas, conocimientos, motivación, valores éticos, actitudes, emociones y otros componentes sociales y de comportamiento que se movilizan conjuntamente para lograr una acción eficaz. Las competencias básicas son aquellas que contribuyen a obtener resultados de alto valor personal y social, son aplicables a un amplio abanico de contextos y ámbitos relevantes. Son aspectos beneficiosos para la totalidad de la población para superar con éxito las exigencias complejas independientemente del sexo, condición social, cultural y entorno familiar. En general, una competencia constituye un "saber hacer" e incluye un saber, pero que se aplica en una diversidad de contextos de forma integrada, es decir, tienen un carácter integrador que abarca conocimientos, procedimientos y actitudes para resolver problemas y situaciones.

2.5. Las competencias, según la ANECA

El Libro Blanco de la Comunicación de la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y la Acreditación (ANECA) un órgano creado para adaptar y modernizar la universidad española conforme a las exigencias europeas, habla en su Informe de 2008 para los Grados de Comunicación de competencias disciplinares (saber), competencias profesionales (saber hacer), entre otras competencias académicas. A modo de síntesis, es interesante destacar algunas competencias teóricas generales:

- Conocimiento de los procesos informativos y comunicativos, así como de las principales corrientes y teorías que los formalizan y critican desde un punto de vista conceptual, metodológico e investigativo.
- Conocimiento y evolución histórica de las modalidades y tradiciones periodísticas españolas, europeas e internacionales contem-

poráneas, así como de las teorías, conceptos y corrientes que las estudian a partir del análisis e investigación de los mensajes que transmiten y de su impacto social.

- Conocimiento del estado del mundo y de su evolución histórica reciente en particular de las sociedades europea, mediterránea, americana, africana y asiática, así como de la comprensión de sus parámetros básicos (políticos, económicos y culturales). Conocimiento de la realidad socio comunicativa de la Comunidad Autónoma (estructura, políticas y funcionamiento) en el contexto español, europeo y mundial.
- Conocimiento de la estructura de los medios de comunicación y de sus principales formatos, en tanto que expresiones de los modos de vida y de sus culturas, en su relación con los contextos sociales y sus cambios.
- Conocimiento de la ética y deontología profesional del periodismo así como del ordenamiento jurídico de la información, que afecta tanto a la práctica profesional como a los límites de la libertad de expresión y a la conducta ética que debe presidir el quehacer del informador y del comunicador con arreglo al compromiso cívico derivado de la información como bien público.

Del mismo modo, además de la hablar de saberes o competencias más teóricas, la ANECA también hace hincapié en las habilidades que los estudiantes deben desarrollar de forma adecuada como competencias profesionales propias de la Comunicación Social. En este segundo grupo destacan las siguientes capacidades y habilidades comunicativas:

- Capacidad y habilidad para expresarse con fluidez y eficacia comunicativa en las lenguas propias de manera oral y escrita, sabiendo aprovechar los recursos lingüísticos y literarios que sean más adecuados a los distintos medios de comunicación.
- Capacidad para leer y analizar textos y documentos especializados de cualquier tema relevante y saber resumirlos o adaptarlos mediante un lenguaje o léxico comprensible para un público mayoritario.
- Capacidad y habilidad para comunicar en el lenguaje propio de cada uno de los medios de comunicación tradicionales (prensa,

fotografía, radio, televisión), en sus modernas formas combinadas (multimedia) o nuevos soportes digitales (Internet), mediante la hipertextualidad.

- Capacidad y habilidad para utilizar las tecnologías y técnicas informativas y comunicativas, en los distintos medios o sistemas mediáticos combinados e interactivos (multimedia) y para utilizar los sistemas y recursos informáticos y sus aplicaciones interactivas.
- Capacidad y habilidad para recuperar, organizar, analizar y procesar información y comunicación con la finalidad de ser difundida, servida o tratada para usos privados o colectivos a través de diversos medios y soportes o en la creación de producciones de cualquier tipo.
- Comprensión de los datos y de las operaciones matemáticas efectuadas con algunos de ellos de uso corriente en los medios de comunicación y capacidad y habilidad para saber utilizar datos y estadísticas de manera correcta y comprensible para la divulgación mayoritaria.
- Capacidad y habilidad de exponer razonadamente ideas, a partir de los fundamentos de la retórica y de las aportaciones de las nuevas teorías de la argumentación, así como de las técnicas comunicativas aplicadas a la persuasión.
- Capacidad de experimentar e innovar mediante el conocimiento y uso de técnicas y métodos aplicados a los procesos de mejora de la calidad y de auto evaluación, así como habilidades para el aprendizaje autónomo, la adaptación a los cambios y la superación rutinaria mediante la creatividad.

2.6. La formación de los futuros periodistas: nuevos horizontes

El nuevo periodista debe hoy adquirir nuevas competencias y habilidades en materia tecnológica para desenvolverse con soltura en el nuevo medio ya que el presente nos brinda a los periodistas la oportunidad de recuperar la credibilidad perdida en el pasado. La profesión periodística y el mundo de la comunicación en general viven un proceso de transición y adaptación a los nuevos tiempos marcados

por la evolución tecnológica y el resurgir de las teorías de la responsabilidad social.

La irrupción del EEES y de las nuevas tecnologías supone un punto de inflexión en el trabajo de la mayoría de los periodistas y medios tradicionales, que hasta ahora disfrutaban de una situación más o menos cómoda y rutinaria. Internet supone una nueva herramienta de acceso y distribución masiva de información que para muchos cambia la forma de entender el Periodismo. Debe romperse la falta de confianza de parte del cuerpo docente en las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en su aplicación educativa, por lo que invitamos a los profesores a dar una oportunidad a las TICs e implementar de forma experimental blogs, wikis y podcasting en su relación con los estudiantes independientemente de la materia que impartan (Sierra Sánchez y Cabezuelo, 2009).

Fieles a los principios del EEES, los estudiantes deben desarrollar por su propia iniciativa y protagonizar el proceso de aprendizaje a lo largo de la vida. Las nuevas herramientas aquí propuestas facilitan nuevas formas para trabajar de forma cooperativa. Además, la propuesta establece canales para la comunicación bidireccional entre el instructor y el grupo y los miembros del grupo entre ellos con el fin de lograr una nueva concepción del proceso de enseñanza-aprendizaje.

3. Retos éticos y profesionales

En la actual sociedad postmoderna y globalizada no es usual pararse a pensar en los asuntos relacionados con la Ética de nuestra actividad profesional. A pesar de todo, el tema de la Ética se ha convertido en una preocupación para muchas organizaciones que se han dado cuenta de que el actuar correctamente es indispensable para triunfar y mantener a la organización con vida en entornos cada vez más competitivos. La actual crisis económica es fruto de una crisis ética y de la falta de valores solidarios, justos y equitativos.

De todos modos, no podemos decir que debido a la crisis y los cambios que vivimos en la sociedad actual, cada vez más compleja, y especialmente en las interacciones que en ella se producen, la Ética ya no existe o ha desaparecido.

Nunca podrá decirse que la Ética está en crisis, al menos si entendemos como tal la exigencia connatural de la inteligencia humana para procurar gobernar mejor el entorno en el que vive. Lo que sí es cierto es que han cambiado las aplicaciones que se hacen de la Ética. Es decir, han cambiado el conjunto de criterios referenciales de segundo orden, más pragmáticos, y más circunscritos a determinadas perspectivas. Estos criterios sí pueden estar en crisis y pueden necesitar una renovación o actualización drástica. Hoy en día, el lado más pragmático e inmediato de la Ética no podría ser probablemente entendida en otro contexto temporal.

3.1. La Ética en el campo de la comunicación social

En el momento actual es especialmente necesario subrayar la necesidad de dar una mayor importancia a la Ética en la formación de los futuros profesionales de la comunicación, ya que la Ética es una faceta imprescindible en todo comunicador y un aspecto cada vez exigido por las empresas, los públicos, clientes, y la sociedad en general.

La necesidad de contar con unos principios éticos, además de con unos valores en la profesión, resulta particularmente interesante en uno de los campos de especialización de la comunicación aplicada, como es el caso del ejercicio profesional del periodismo y otras ramas de la comunicación social. ¿Qué supone todo esto para el profesional de la comunicación? Sin duda alguna, significa una mayor e ineludible exigencia ética en los profesionales de la comunicación y, sobre todo, en formadores de futuros profesionales de la comunicación. Es obvio que todos tenemos una responsabilidad fruto de la trascendencia y relevancia de nuestro trabajo.

Los autores del Libro Blanco de las Titulaciones de Grado de Comunicación de la ANECA también destacan algunas competencias muy generales y muy cívicas relacionadas con aspectos generales de la actividad profesional vinculadas con el respeto, la convivencia y otros valores tan necesarios en la sociedad.

- Conciencia igualitaria sobre las personas y los pueblos, y respeto por los derechos humanos internacionales, así como conocimiento de las grandes corrientes culturales o civilizadoras en relación con los valores fundamentales individuales y colectivos.

- Conocimiento crítico de la influencia de los medios de comunicación en la educación y en la relación de los medios con la escuela, así como de las potencialidades de las nuevas tecnologías informativas y comunicativas y de los sistemas multimedia para el desarrollo del aprendizaje y del conocimiento no presencial. Capacidad para el análisis objetivo de la realidad y extracción de consideraciones válidas.
- Conocimiento de las ciencias actuales, capacidad para el análisis de su tratamiento informativo y comunicativo, y habilidad para transmitir esos conocimientos y avances a la mayoría no especializada de manera comprensible y eficaz.
- Capacidad de adaptación a los cambios tecnológicos, empresariales u organigramas laborales.
- Capacidad de trabajo en equipo y de comunicación de las propias ideas mediante la creación de un ambiente propicio, así como capacidad para integrarse en un proyecto común destinado a la obtención de resultados.
- Toma de decisiones: capacidad para acertar al elegir en situaciones de incertidumbre, asumiendo responsabilidades. Capacidad para la gestión económica y presupuestaria en su ámbito de actividad.
- Práctica sistemática de autoevaluación crítica de resultados: valoración de la importancia de corregir y ajustar constantemente los errores cometidos en los procesos creativos u organizativos. Preparación para asumir el riesgo, desarrollando la capacidad desde pensar a decidir.
- Orden y método: habilidad para la organización y temporalización de las tareas, realizándolas de manera ordenada adoptando con lógica las decisiones prioritarias. Saber gestionar el tiempo, con habilidad para la organización y temporalización de las tareas.
- Conciencia solidaria: respeto solidario por las diferentes personas y pueblos del planeta, así como conocimiento de las grandes corrientes culturales en relación con los valores individuales y colectivos y respecto por los derechos humanos. Capacidad para actuar en libertad y con responsabilidad, asumiendo referentes éticos, valores y principios consistentes.

- Capacidad de relacionarse con las personas y con el entorno sin perder su autonomía, conservando su propia identidad y valores.
- Capacidad para trabajar en equipo, desarrollado la apertura personal a través de la comunicación oral y escrita. Capacidad de perspicacia, de ingenio y creatividad que le permita hallar soluciones eficaces a problemas inéditos.
- Capacidad de análisis, de síntesis y juicio crítico. Saber objetivar las tareas y relacionar las causas y los efectos.

3.2. El papel del Periodismo como actividad de servicio público a la sociedad

Los periodistas cumplen un rol insustituible en la sociedad, ya que a través de la información dotan a la sociedad de conocimiento para saber lo que está ocurriendo, y, en segundo lugar, a través de la opinión ofrecen elementos de valor y juicios orientadores para que la ciudadanía de tenga pluralidad de análisis e interpretaciones sobre un mismo acontecimiento.

Tanto los seguidores de las tendencias más sociológicas de origen norteamericano como las humanísticas de base más europeas, con independencia de los orígenes y evolución de las diferentes escuelas teóricas de la comunicación, coinciden a la hora de dotar al Periodismo de una función humana y social como actividad pública que es y que tiene repercusión en la vida de los demás.

No podemos olvidar que la información cumple una función pública en el sentido de función social o función de interés público. Además de ser un instrumento concreto para la satisfacción de las necesidades comunicativas del ser humano como animal social, los medios de comunicación social deben pensar en la ciudadanía como agentes que necesitan de su información para poder ejercer sus derechos civiles de forma plena.

3.3. Los clásicos retos éticos del Periodismo

Todas las teorías profesionales que abordan el estudio del periodismo profesional desde bases sociológicas, psicológicas o éticas, hacen

hincapié en tratar algunas cuestiones profesionales como la independencia, la objetividad o la censura. Igualmente, la manipulación, el rumor y la desinformación forman parte de esas preocupaciones eternas y retos permanentes del Periodismo. También preocupan, aunque no se tratan en este análisis, otros aspectos como la colegiación profesional, el asociacionismo o la práctica profesional, la cláusula de conciencia y el peso editorial de las empresas editoras.

Además, la libertad de expresión se ha encontrado siempre con dos grandes límites como son los también necesarios derechos al honor y derecho a la intimidad. El trabajo del periodista choca muy a menudo con derechos de los ciudadanos que desean reservarse su derecho a la intimidad y privacidad. Igualmente, el periodista se enfrenta al reto de la falta de transparencia. El interés de muchas organizaciones, incluidas las administraciones públicas –ya sean internacionales, nacionales, autonómicas, provinciales o locales- por controlar la información y los datos choca de frente con el derecho a la información. Este el caso de todos aquellos gobiernos que frecuentemente tratan de ocultar datos que ponen en entredicho su imagen pública. Igualmente, el periodista debe pensar en elaborar contenidos accesibles para todo el público, incluyendo a aquellos que sufren discapacidades, pero que también tienen derecho a estar informados y al corriente de la actualidad (Pérez-Ugena, 2007:171).

3.3.1. *Independencia, objetividad y censura*

Sin duda alguna, la tan debatida cuestión de la objetividad periodística se ha convertido en un debate clásico en las Ciencias de la Información. A pesar del escepticismo con el que la experiencia aconseja tratar este tema, es preciso hacer hincapié en su valor y su peso. La objetividad informativa surge histórica y culturalmente de la objetividad científica, aunque como afirman muchos autores, poco a poco, la objetividad ha resultado ser de difícil análisis, ya que consideran que la interdependencia entre un periodista, autor de un relato informativo, y su objeto de estudio, implica la puesta en marcha de una acciones subjetivas en el proceso de elaboración del texto informativo, que impide la tan deseada objetividad periodística. Esta realidad hace que muchos autores consideren que la objetividad es imposible. Sin embargo, esa

Objetividad es la garantía que buscan los lectores de los periódicos o televidentes de un noticiario en televisión para poder creer que lo que están leyendo o viendo es cierto y no les están engañando.

Desde el punto de vista del profesional de la comunicación, la objetividad debe ser una exigencia diaria. O al menos, dado que la objetividad es casi utópica, el periodista debe exigirse a sí mismo honestidad e imparcialidad. Para ello, es necesario huir de la intención de las fuentes, de los prejuicios personales, y optar por la rectitud y respeto a todos los puntos de vista. A estas exigencias hay que añadir el conocimiento lo más exacto y cierto posible de los acontecimientos sobre los que se pretenden informar.

El periodista no puede partir de la premisa de que no puede haber información honesta, fiel a la realidad, lo más objetiva posible y ecuaníme. De lo contrario, defraudaría las expectativas de los lectores. ¿Podría acaso un juez pensar que no existe justicia? ¿O que ninguna sentencia es justa? Evidentemente, las limitaciones a la justicia y la objetividad pueden existir, pero no ha de frenar a los profesionales en su búsqueda diaria de la verdad. Aunque la objetividad sea para algunos una pretensión utópica y desmedida, tan imposible como aprisionar el reflejo de un instante cambiante, es una exigencia propia de la profesión que no podemos abandonar. Debe seguir siendo uno de los retos de los periodistas del siglo XXI. El ideal de la objetividad, aunque sea entendido cada vez de una manera más subjetiva, concebido como una manera de hacer respetuosa y escrupulosa, fiel a la verdad, debe seguir siendo un valor fundamental en el día a día del periodista hoy y siempre.

Por otro lado, tenemos el problema de la censura todavía existente en los medios de comunicación y que se produce de diferentes maneras. La gran enemiga directa de la objetividad, del pluralismo y la libertad de prensa es la censura. Hoy es todavía una realidad porque se camufla de formas muy diversas. La censura cuenta con diferentes disfraces, modalidades, factores que la posibilitan y mecanismos de actuación. Los informes anuales de diferentes organizaciones no gubernamentales y asociaciones profesionales corroboran estas afirmaciones.

La censura, entendida como limitación de la libertad de expresión e información, sigue estando viva cada vez que se pone en marcha

cualquier mecanismo que directa o indirectamente pretende acabar con la transparencia informativa necesaria para el desarrollo social y el ejercicio de los derechos y libertades, busca evitar la publicación de una información, ocultar datos, proteger intereses ilegítimos u obstaculizar el trabajo de los profesionales de la información.

La censura se puede manifestar de diferentes maneras. Es posible hablar de censura total, de censura parcial, de censura directa, indirecta, previa o posterior. Igualmente, la censura puede estar motivada por razones ideológicas, religiosas, temáticas, políticas y/o económicas. ¡Y hasta por razones personales de los editores! La censura se puede manifestar de múltiples maneras y su origen puede ser de lo más variopinto. Pero, además de la censura, el periodista debe enfrentarse a otro reto, el de la manipulación. El periodista puede ser utilizado con una intencionalidad, fruto del deseo de los responsables editoriales de ejercer su poder sobre la sociedad.

Conscientes del poder que los medios de comunicación tienen sobre la opinión pública, muchos responsables de los medios de comunicación sienten la necesidad mesiánica de controlar y manipular los contenidos con el fin de llevar a la sociedad por aquellos caminos que consideran que son los más interesantes para ellos o más beneficiosos para sus intereses.

3.3.2. Manipulación, rumor y desinformación

La manipulación, entendida como la tergiversación intencionada con el fin de crear una opinión favorable o desfavorable deseada hacia un punto de vista concreto, más allá de la línea editorial lógica de un medio de comunicación, es otro de los problemas presentes en la comunicación de masas desde sus orígenes hasta nuestros días.

El procesamiento de los hechos para elaborar productos informativos es una realidad aceptada por todos. En todos procesos creativos se reciben unos 'inputs' que dan como fruto unos 'outputs'. Pero, cuando ese procesamiento tergiversa los materiales de orígenes con el fin de crear un producto diferente, intoxicado, retocado intencionalmente con el deseo de cambiar su naturaleza y explotando de forma fraudulenta sus posibilidades, estamos ante un caso de manipulación informativa.

Otro de los grandes retos del periodista consiste en lidiar diariamente con rumores y mentiras. El rumor, tan estudiado en el campo de la Opinión Pública, es aquella forma de comunicación fraudulenta que levanta un falso testimonio sobre una persona o pone en marcha de una explicación tan falsa como creíble con el fin de intentar explicar una situación inexistente o que tiene una naturaleza diferente a la realmente existente. Su verosimilitud, parece verdad pero no lo es, hace que sus mensajes se extiendan con rapidez y sean asimilados fácilmente por la población.

El rumor sustituye a la información. Nunca puede aceptarse como noticia válida un rumor. Parece algo muy obvio, pero el género confidencial, tan de moda en los últimos años, está poniendo en marcha esta errónea práctica periodística que entiende, de forma equivocada, que el rumor es la antesala de la noticia, como tantas veces se repite en tantos foros.

Tanto la manipulación como el rumor generan desinformación. Ambos hacen que la gente no conozca la verdad. La desinformación es otro de los grandes males de nuestro tiempo y otro de los retos a los que el periodista tiene que enfrentarse en el siglo XXI. Pero, el concepto de desinformación va más allá de información engañosa. La desinformación incluye también la falta de conocimiento de la realidad fruto de las sombras informativas, de la ausencia de actividad periodística o del vacío informativo sobre un tema. Si la información es poder, la desinformación también es poder. La desinformación es el poder para ocultar unos temas, para evitar su debate, para mantener el foco de interés de la opinión pública centrado en otros temas. No se puede olvidar que quien controla la información es capaz de tomar decisiones de forma más certera, con más conocimiento y peso que aquel que no dispone de información ni conocimiento sobre un tema.

El término 'desinformación' tiene su origen etimológico en el ruso 'dezinformatsia' y su origen histórico en la Unión de Repúblicas Soviéticas Socialistas (URSS) e incluye desde el engaño a la falta de rigor en la información. Aunque el término actual tenga un origen soviético, la verdad es que la realidad de la desinformación ya existía antes. Siempre ha existido el interés de intoxicar o inducir a error a la opinión pública mediante información falsas o a través de la ocultación de datos.

La desinformación, entendida como el conjunto de engaños intencionados y organizados transmitidos desde el poder político y económico a la opinión pública a través de los medios de comunicación con el fin tergiversar la realidad, es uno de los grandes riesgos para una comunicación veraz.

En la actualidad, la desinformación tiene también otro frente abierto fruto de las sombras en los contenidos informativos y de los vacíos existentes en relación a algunos temas. Grandes grupos mediáticos alimentan el hambre informativa del globo. Cuatro gigantes de la comunicación controlan el panorama mediático internacional creando una estructura que resiente al más mínimo movimiento. Las grandes agencias de noticias y productoras audiovisuales controlan el flujo de noticias e imágenes de los conglomerados mediáticos, que a su vez se dividen en miles de canales de televisión y emisoras de radio, cabeceras de periódicos y revistas que atienden la voz de un mismo amo y a los mismos intereses económicos y políticos.

3.3.3. El código deontológico como herramienta para superar los retos profesionales

Antes estas realidades, el periodista no debe tirar la toalla. Desde la honestidad y la profesionalidad debe saber desarrollar su trabajo de una manera ética. Para ello, cuenta con la ayuda de los tan denostados códigos deontológicos. La puesta en marcha y el cumplimiento de los códigos profesionales es sin duda el gran reto del periodista en el siglo XX si pretende superar los obstáculos y escollos anteriormente mencionados. Los códigos, entendidos como herramientas útiles para el trabajo diario, como un nuevo obstáculo o corsé que limite el día a día del profesional, pueden ser una tabla de salvamento que evite el naufragio del periodismo en este siglo.

Los códigos deontológicos son documentos que compilan los fundamentos de la profesión periodística, estableciendo pautas de actuación y pilares sobre los que se asienta el quehacer informativo. Un buen código deontológico no intenta regular, ceñir o estrechar el área de posibilidades de trabajo o el comportamiento de un informador, intenta darle unas guías para hacer mejor su trabajo y tiene como objetivo mejorar el tratamiento informativo de algunas de las cuestiones sociales de

mayor actualidad. Sus recomendaciones deben convertirse en deberes que hay que poner en práctica sobre todo por su utilidad.

Aunque solo sea por pragmatismo, es necesario inculcar el respeto a hacia estos documentos que deben basarse siempre en el respeto a la verdad de los acontecimientos, al pluralismo, a la objetividad, al confrontación de opiniones y datos, a la investigación de los hechos, al respeto a la presunción de inocencia, a la exactitud en los datos, la rectificación en caso de error, y hacer uso de tantas fuentes como sean necesarias hasta que se ha corroborado la autenticidad de un dato.

En el caso de los códigos no es válido solo su conocimiento como herramienta. Lo realmente útil es su puesta en marcha, su uso, su práctica. El periodista que quiera superar los obstáculos anteriormente citados encontrará en los diversos códigos propuestos por diferentes sindicatos, asociaciones profesionales o colegios profesionales una herramienta útil y de apoyo en su quehacer diario. Del mismo modo, tendrá que ejercer su capacidad de juicio para aplicarlos y, en caso necesario, adaptarlos a las circunstancias particulares de una situación determinada. Por si mismos, los códigos como documentos no evitan que el profesional reflexione sobre las circunstancias de cada situación en la que se encuentra o a la que debe enfrentarse en su día a día.

4. A modo de conclusión

Los profesionales de la comunicación se enfrentan a numerosos retos. Éstos son de naturaleza ética, formativa y profesional. La formación en valores debe ser un eje fundamental en la instrucción de los futuros profesionales de la comunicación. "Para ejercer el periodismo, ante todo, hay que ser un buen hombre, o una buena mujer, buenos seres humanos. Las malas personas no pueden ser buenos periodistas. Si se es una buena persona se puede intentar comprender a los demás, sus intenciones, su fe, sus intereses, sus dificultades, sus tragedias. Y convertirse, inmediatamente, desde el primer momento, en parte de su destino" (Kapuściński, 2005:38).

Todos los periodistas deben ser conscientes de que cumplen un rol insustituible en la sociedad, ya que a través de la información dotan a la sociedad de conocimiento para saber lo que está ocurriendo.

Además, a través de la opinión ofrecen a la ciudadanía elementos de valor y juicios orientadores para que la ciudadanía de tenga pluralidad de análisis e interpretaciones sobre un mismo acontecimiento. Para el profesional del Periodismo, la objetividad debe ser una exigencia diaria. El periodista debe exigirse a sí mismo honestidad e imparcialidad en su trabajo.

Desde el mundo académico, los investigadores y docentes debemos acompañar a los profesionales dotándoles de herramientas y análisis útiles para su trabajo que no es otro que el de informar y dotar a la sociedad de conocimiento para su desarrollo y progreso. Al mismo tiempo que el periodista se enfrenta a retos profesionales, los formadores de los futuros periodistas se enfrentan a retos académicos marcados por la puesta en marcha del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES).

Desde la universidad surgen así nuevos retos. El primero de ellos consiste en saber dar respuesta al obligado análisis y crítica moral frente al resto de la sociedad. El segundo reto hace referencia al desarrollo de una investigación de calidad en la actual y compleja sociedad del conocimiento en la que la cultura digital preside los primeros pasos del siglo XXI.

Referencias

- Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y la Acreditación (ANECA). *Libro Blanco de los Grados en Comunicación*. Madrid: Dirección General de Universidades. Ministerio de Educación.
- Cabezuelo Lorenzo, F. & Pérez Serrano, M. J. (2008). Transformación en la estructura, estrategia y contenidos de los medios ante el Periodismo 3.0. En: *Investigar la Comunicación*. Santiago de Compostela: Asociación Española de Investigación de la Comunicación (AE-IC).
- Kapuściński, R. (2005). *Los cínicos no sirven para este oficio. Sobre el buen periodismo*. Madrid: Editorial Anagrama.
- Pérez Serrano, M. J.; Fanjul Peyró, C. & Cabezuelo Lorenzo, F. (2008). Análisis de la distribución cuantitativa del crédito ECTS en los estudios de Comunicación. En: Lozano Cabezas, I. & Pastor Verdú, F.

(Editores). *La construcció col·legiada del model docent universitari del segle XXI*. Universitat d'Alacant-Generalitat Valenciana.

Pérez-Ugena y Coromina, Á., Linares, R., Vizcaíno-Laorga, R. (2007). Nuevos retos de la accesibilidad en los medios. En: *Trans Revista de Traductología*, Núm. 11. pp. 171-178

Sierra Sánchez, J. & Cabezuelo Lorenzo, F. (2009). La formación en competencias digitales de los futuros periodistas: la experiencia curricular de la Universidad San Jorge. En: Pinto, R. J. y Sousa, J. P. (Coords). *Os Jovens e a Renovação do Jornalismo*. Oporto: Edições Universidade Fernando Pessoa.