

Periodismo y nuevas tecnologías: Perfiles de los periodistas del siglo XXI*

David Weaver**
Howard Research Professor
School of Journalism
Indiana University, Bloomington, IN (USA)
Traducción de José Luis Dader

Mi colega en la Universidad de Indiana, el profesor Cleveland Wilhoit, y yo hemos realizado conjuntamente un par de grandes encuestas nacionales entre los profesionales del periodismo estadounidense a lo largo de las dos últimas décadas: la primera desarrollada entre 1982 y 1983 (Weaver y Wilhoit, 1986: 2ª ed. 1991) y la segunda durante el verano de 1992 (Weaver y Wilhoit, 1996). Ambos estudios empíricos reunieron las respuestas de más de 1.000 periodistas del más variado ámbito laboral, desde diarios y revistas de actualidad a servicios informativos de radio o televisión y agencias de noticias.

A la anterior recopilación de datos he de añadir la reciente publicación, bajo mi coordinación, del libro titulado *The Global Journalist* (Weaver, ed: 1998), que describe la situación en 21 países, incluido España, y supone la encuesta sociológica de más de 20.000 periodistas alrededor de todo el mundo durante los últimos 10 años. Buena parte de lo que expondré a continuación proviene de dichas investigaciones, de ahí que, antes de abordar la cuestión de cómo las nuevas tecnologías afectan al trabajo de las redacciones y cómo van a cambiar la práctica del periodismo en el próximo siglo, situaré brevemente qué perfiles presentan los periodistas de Estados Unidos en comparación con los de los restantes países incluidos en el libro *The Global Journalist*.

EL PERFIL DE LOS PERIODISTAS

En nuestro segundo estudio sobre los profesionales estadounidenses concluíamos que el 'perfil' del periodista típico de 1992 resultaba bastante similar al de 1982: Un varón de raza blanca y protestante, con una diplomatura universitaria de cuatro años, casado y de treinta y tantos años. Pero aún así se habían percibido ciertos cambios parciales: Un aumento en cuatro años del promedio de edad (situándose en los 36), mayor presencia de miembros de minorías étnicas y mayor número de periodistas con alguna titulación universitaria. No se observaba en cambio

incremento en la proporción de quienes disponían de diplomatura específica en periodismo (alrededor del 40%) y tampoco existía incremento femenino (un tercio aproximadamente).

La referida síntesis sociodemográfica es bastante similar a la detectada en otras áreas del globo, pero con notables diferenciaciones también en algunos aspectos:

1. Distribución por sexo

El desequilibrio a favor de los varones en las redacciones periodísticas resulta por ejemplo más acusado en muchos de los 19 países o territorios que, de los incluidos en el libro transnacional, obtuvieron información completa sobre este dato. En algunos casos (Nueva Zelanda y Finlandia) las mujeres casi igualaban a los hombres, pero en otros (Corea, Argelia, Gran Bretaña) la presencia de ellas quedaba muy por debajo, estando el caso español en este mismo grupo (25%). La proporción promedio de mujeres periodistas en el conjunto de los 19 espacios geográficos señalados, se mueve en cambio en un nivel muy similar al estadounidense: 34% en Estados Unidos frente al 33% en el cómputo global del bloque comentado. Resulta, por otro lado, que en el caso estadounidense las mujeres están más presentes en el segmento de los profesionales jóvenes (45%) y en el de las revistas de actualidad y periódicos semanarios (44-46%).

2. Distribución por edad

Otra semejanza entre las características estadounidenses y las del resto del mundo es que el periodismo resulta ser una ocupación de gente joven, con la mayor concentración de integrantes entre los 25 y los 45 años. La edad media de los periodistas oscila entre los 30 y los 40 en una docena de las zonas encuestadas, con el promedio más juvenil en Hong Kong y Argelia (30 años) y el más maduro en Canadá y Finlandia (40 años). España coincide en esto con Estados Unidos, al situarse ambos países en la media de 36 años.

En la mayoría de las sociedades estudiadas, los periodistas presentan un promedio de edad inferior al de la población laboral general y en muchos casos, además, la gente joven se dedica al periodismo para adquirir cierta experiencia antes de desertar hacia puestos de trabajo mejor pagados y más seguros en otros campos, como especialmente, las relaciones públicas y la comunicación corporativa. Tal pauta parece bastante habitual a lo largo de todo el mundo.

3. Nivel de formación

Aunque la mayoría de los profesionales de nuestro sector en Estados Unidos ostenta un título de formación universitaria de cuatro años, no sucede igual en otra serie de países. Quienes muestran los porcentajes más bajos de formación universitaria son Australia, Finlandia y Méjico, los tres con niveles holgadamente por debajo de la mitad. En el extremo opuesto y a la cabeza del mayor porcentaje de universitarios figuran Corea y España (84%) y Estados Unidos (82%), con Chile y Ecuador en niveles muy cercanos. En once de los dieciocho territorios donde se ha obtenido este dato,

más de la mitad de los periodistas poseen un título universitario de al menos cuatro años, si bien las variaciones son también sustanciales entre los diferentes casos.

No resulta sin embargo habitual que las titulaciones universitarias de dichos profesionales consistan en programas específicos sobre periodismo, existiendo sólo tres países en los que más de la mitad de sus profesionales con titulación universitaria la hayan obtenido en periodismo: España (87%), Brasil y Chile. En los once restantes que disponen de este dato, la mayoría no alcanza el 40% en cuanto a profesionales con titulación específica en periodismo, con el nivel más bajo en Gran Bretaña (4%) y las cifras más habituales en torno al 30%. En Estados Unidos en concreto, ronda el 40% el número de profesionales en ejercicio que se licenciaron en escuelas de periodismo, si bien la proporción sube bastante entre el segmento de los más jóvenes, sobre todo entre los contratados en periódicos diarios y en la televisión.

De lo anterior se desprende que cualquiera de los problemas atribuidos al tipo de formación periodística que se imparte ha de ser matizado por el hecho de que la mayoría de quienes ejercen el periodismo en Estados Unidos o en muchos otros países no han cursado un plan de estudios universitarios específico sobre periodismo. En realidad, el resultado promedio a este respecto entre los 14 países que han facilitado este dato en la encuesta global es del 41% y si se excluyen los casos excepcionales de España, Brasil, y Chile (por una parte) y de Gran Bretaña (en el extremo contrario), la proporción media de periodistas con titulación específica queda en torno a un tercio, sólo ligeramente por debajo del 39% existente en Estados Unidos.

4. Origen racial o étnico

Menos de la mitad de las sociedades incluidas en la investigación del libro *The Global Journalist* han aportado datos sobre periodistas pertenecientes a grupos étnicos o raciales minoritarios. En los casos mencionados, las cifras son muy bajas, entre el uno y el once por ciento, reforzando así la conclusión del célebre estudio estadounidense de 1971 (Johnstone et al: 1971:26) de que los periodistas provienen fundamentalmente de los grupos cultural y socialmente dominantes de la sociedad. Ello aparece especialmente ratificado en Taiwan, Gran Bretaña y Canadá y de forma algo menos intensa en Brasil, China y Estados Unidos.

5. Volumen del mercado laboral

El número estimado de periodistas en activo -y trabajando como tales- en los 16 países y territorios que aportan este dato varía tremendamente, tal y como, por otra parte, era lógico suponer, teniendo en cuenta las grandes diferencias de estructura demográfica entre todos ellos. Los dos países de mayor población absoluta, China y Estados Unidos, son los que tienen un mayor número total de periodistas, pero resulta sorprendente que los periodistas estadounidenses con dedicación plena (alrededor de 122.000) suponen una vez y media la cifra de los profesionales chinos, a pesar de que la población de Estados Unidos equivale sólo a la cuarta parte de la china. También resulta muy curioso que Corea tenga muchos más periodistas que Taiwan, Gran Bretaña o Canadá.

Algunas de tales disparidades se deben sin duda a los diferentes métodos de estimación de la cifra total de profesionales y las distintas definiciones de lo que en cada sociedad se entiende por un profesional del periodismo. Pero, más allá de esas dificultades parece claro que aquellos países más avanzados en el terreno económico y más democráticos en el político tienden a presentar una proporción mayor de periodistas en relación con sus respectivos tamaños de población.

Asimismo, en términos de formación y de origen sociodemográfico, parece que los periodistas, tanto estadounidenses como de otros países, suelen ser más jóvenes que el resto de la masa laboral, tienen menor probabilidad de ser mujeres o pertenecer a minorías étnicas y en cambio reflejan mayores proporciones que la población general en cuanto a estudios universitarios.

Una de las razones del difícil incremento de mujeres o miembros de minorías étnicas entre los periodistas estadounidenses radica en que el gran crecimiento de puestos de trabajo periodístico experimentado en los años sesenta y setenta quedó congelado en los ochenta y la situación no tiene visos de variar hasta que "los niños de la explosión demográfica" nacidos entre el 46 y el 64 no se vayan jubilando a lo largo de los próximos diez o quince años. Las principales áreas de crecimiento laboral del periodismo estadounidense parecen concentradas en el entorno de Internet, o periodismo de La Red, y en la comunicación corporativa, pero no existe ahora ese tipo de expectativas para los medios informativos tradicionales como periódicos y revistas de actualidad, servicios informativos de radio o televisión y agencias de noticias.

En nuestra investigación de inicios de los noventa detectamos asimismo que el 20% de los profesionales estadounidenses declaraban que tenían previsto abandonar el periodismo en un plazo de cinco años, lo que representaba más del doble de la cifra hallada en el estudio de la década anterior. Entre las razones esgrimidas por este grupo afloraba la falta de perspectiva de mejora profesional, los salarios bajos, la apatía de nuevos retos y la falta de tiempo para realizar un trabajo de calidad. En una encuesta más reciente realizada en 1996 entre redactores de diarios de todo Estados Unidos, los mayores porcentajes de predisposición al abandono se daban entre las mujeres y los miembros de minorías étnicas, haciendo referencia sobre todo a las bajas retribuciones, las duras condiciones de trabajo y la gran tensión nerviosa característica de este entorno laboral (Voakes: 1997). Otras razones de pérdida de satisfacción mencionadas por los periodistas estadounidenses, desde los años setenta hasta la mitad de los noventa, comprenden desde la sensación de pérdida de libertad para escoger temas de cobertura, menores recursos para trabajar la información en profundidad como consecuencia de los recortes presupuestarios en muchas secciones, los horarios de trabajo anómalos y las escasas esperanzas de promoción profesional.

Pero no todos los periodistas de Estados Unidos se sienten insatisfechos con su trabajo. De hecho comprobamos que la mitad de los entrevistados se declaran "bastante satisfechos" con su ocupación y un 27% se consideran "muy satisfechos", lo que en conjunto significa que tres cuartas partes de los profesionales se sitúan en el área de una satisfacción suficiente. Aun así, resulta significativa la caída del grupo encua-

drado como "muy satisfecho", pues pasó de ser un 49% en 1971 al 40% en 1982 y al 27%, finalmente, en 1992. De la evidencia de que 3/4 partes sienten cierta satisfacción frente a sólo 1/4 parte que se considera insatisfecha no se puede deducir que los periodistas estadounidenses se consideren realmente infelices con su ocupación. Pero sí es interesante advertir que el nivel de gran satisfacción ha declinado de forma muy notable a lo largo de las últimas décadas y que el porcentaje de los más insatisfechos ha experimentado una subida relativa (si bien el grupo de los radicalmente frustrados se mantiene en porcentajes muy pequeños: 1% en 1971, 2% en 1982 y 3% en 1992). Dichas tendencias se observan también en otros países.

LOS PERIODISTAS ANTE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS

Pero ¿qué implican las nuevas tecnologías y el entorno de Internet para la actividad periodística? ¿En qué medida el nuevo panorama ha transformado la actividad periodística en Estados Unidos o la forma en que sus profesionales se plantean su trabajo? Una respuesta rápida, en mi opinión, sería decir que "algo ha cambiado pero no demasiado todavía". Los síntomas de mayores cambios comienzan a llegar, sin embargo.

Hay quien piensa que Internet va a dejar a los periodistas fuera de juego o que convertirá en irrelevante su trabajo. El autor de Parque Jurásico, Michael Crichton, manifestó en un almuerzo organizado por el Club Nacional de Prensa que los periodistas van a ser innecesarios dentro de muy poco y que la gente que desee obtener información de alta calidad podrá conseguirla personalmente utilizando las bases de datos informatizadas (Weaver y Wilhoit, 1996:49).

Frente a esta premonición, encuestas entre la población general demuestran que en Estados Unidos sólo una minoría (alrededor del 6%) ha accedido alguna vez a una página electrónica para consultar información sobre candidatos o asuntos políticos. Durante las elecciones presidenciales de 1996, más de la mitad de los votantes obtuvo su conocimiento de la campaña a través de la televisión, seguido de un tercio aproximadamente de ciudadanos que se informaron a través de periódicos, revistas o programas radiofónicos (Media Studies Center:1996).

Pero además otros analistas aducen que los periodistas son más necesarios ahora que nunca, si se quiere salir a flote de la avalancha de información que proporcionan Internet, los cientos de canales de televisión y los servicios de agencia o teletexto de gran inmediatez. Según esta visión, los periodistas tendrán que ser quienes nos aclaren qué es importante y qué no; quienes nos alerten sobre las amenazas potenciales que puedan estar surgiendo, cumplimentando así la denominada función de "vigilancia" o de "canalización de la atención" ("agenda-setting") que se le adjudica a los medios periodísticos. Tal y como el Decano de la Escuela de Periodismo de la Universidad de Indiana, Trevor Brown, ha reflexionado:

"El estudio de Weaver y Wilhoit de 1992 finalizó antes de que surgiera el gran incremento de utilización de Internet y previamente a la acumulación de

millones de 'bits' y 'bytes' de información en un mundo digital e interactivo. Para algunos, dicho mundo representará el triunfo de la visión de Jefferson sobre el proceso democrático; con todos nosotros suministrando y recibiendo información completa sobre un amplio abanico de asuntos, a medida que nos adentremos en el ciberespacio, -un universo de señales auditivas y visuales viajando a la velocidad de la luz-. En este nuevo mundo tal vez todos los cibernautas seremos también periodistas (al actuar todos como recopiladores y difusores de información). Pero como la masa total de información circulante amenaza con sepultarnos, es la visión de Madison la que detecta la necesidad más importante. Es, en efecto, el entendimiento el que debe gobernar permanentemente a la ignorancia y nuestra necesidad más urgente consiste en entender primero para gobernar después la información (...) Los indicios (son) que necesitamos a los periodistas, ante todo como jueces o analistas, capaces de determinar qué información es exacta, fiable, importante y valiosa" (Weaver y Wilhoit, 1996:245-246).

Así lo creo yo también. Y a medida que haya más y más información rápidamente accesible a través de los ordenadores y televisores domésticos conectados a Internet, necesitaremos que alguien nos ayude a dar sentido a todo eso y a señalarnos lo que es verdaderamente importante y cierto, y lo que no. Ese tipo de asistentes no debieran ser los publicitarios o encargados de las relaciones públicas, interesados sólo en promocionar los productos y servicios de sus respectivas empresas o instituciones. En lugar de eso, debiera ser una tarea mantenida por periodistas independientes y dotados de una mentalidad capaz de sustentar una visión amplia sobre los asuntos públicos.

En nuestra Escuela de Periodismo de la Universidad de Indiana hemos comenzado ya a incluir ejercicios de búsqueda de información en La Red, dentro de nuestras clases de redacción periodística. Pero ello requiere contar con los equipos informáticos pertinentes y además, que los profesores tengan el suficiente conocimiento de Internet como para poder enseñar su manejo. Estamos asimismo intentando adiestrar en redacción, cobertura informativa y edición de noticias de manera simultánea o intercambiable para diferentes medios, en lugar de concentrarnos de manera separada en cada tipo de soporte, pues es evidente la convergencia que se viene operando entre medios impresos, sonoros, de representación gráfica y de imágenes fijas o en movimiento.

Por otra parte hay que tener presente que en La Red existe un montón de información que resulta simplemente insustancial, chismosa o de rumores sin fundamento, cuyo contenido nunca se hubiera almacenado en las viejas "morgues" o departamentos de documentación del pasado. Por eso los periodistas tienen que aprender a verificar la información que obtienen en Internet contrastándola con otras fuentes de averiguación, sin caer por tanto en la absoluta dependencia de la información cibernética a la hora de preparar sus noticias y reportajes.

Pero igual que resulta difícil para las empresas periodísticas mantenerse al día frente a la evolución tecnológica, también las escuelas o facultades de periodismo o comunicación tienen ese problema, incluso en grado mayor, salvo que puedan con-

tar con las generosas aportaciones económicas de diversa procedencia, necesarias para mantener actualizado y en número suficiente el equipamiento tecnológico que exige su tarea de adiestramiento. La envergadura de la dificultad no debe disuadir de intentarlo: Nuestros estudiantes, que son los periodistas y comunicadores sociales del futuro, precisan de toda la experiencia que puedan adquirir en el manejo de la tecnología más avanzada y, de modo especial, en lo relativo a las vastas extensiones de información que ofrece La Red como fuente de reportajes y noticias, con la ventaja de liberar a los periodistas de la dependencia exclusiva de las entrevistas a funcionarios de la Administración y otros expertos.

¿Qué es, sin embargo, lo que los periodistas piensan respecto a las nuevas tecnologías y de qué manera las utilizan en su trabajo?

En una encuesta a más de 1.000 periodistas de diarios estadounidenses realizada hace un año aproximadamente, bajo el patrocinio de la "American Society of Newspaper Editors", casi dos tercios de los sondeados declaraba que su periódico se difundía en Internet, pero sólo un 30% decía que ellos mismos accedían con regularidad a La Red. Ello no es extraño, teniendo en cuenta que son los jefes de sección, redactores de editoriales, fotógrafos y diseñadores gráficos quienes más habitualmente -frente a los redactores de noticias- hacen uso de los recursos cibernéticos; y ello a pesar de la vasta cantidad de información que está disponible 'en línea' (Voakes, 1997:38). Los reporteros todavía parecen preferir la conversación con personas concretas, usualmente por teléfono, a quienes poder citar como fuente directa de sus reportajes e informaciones. Por consiguiente, el teléfono continua siendo, al parecer, el instrumento tecnológico dominante en Estados Unidos, junto con el cuaderno de notas y la grabadora.

Como era de esperar, los profesionales mayores de 50 años son los que en términos generales menos figuran entre los usuarios habituales de Internet, mientras que los menores de 30 años muestran mayor tendencia que sus colegas maduros a percibir un prometedor futuro para los periódicos electrónicos. Los hombres hasta ahora vienen utilizando más que las mujeres periodistas los recursos de La Red, si bien las redactoras y reporteras declaran en mayor proporción que los varones que han empezado a experimentar las diversas aplicaciones de Internet y que se muestran muy interesadas sobre este particular, por lo que parece que el 'desnivel de sexos' se difuminará pronto. En otro orden de cosas, los periódicos de mayor envergadura muestran mayor presencia que los pequeños en las ediciones electrónicas y los periodistas pertenecientes a minorías étnicas son los que manifiestan mayor probabilidad de utilización cotidiana de Internet y quienes ven con expectativas más positivas el periodismo en La Red, debido ello en parte a que entre los periodistas de origen étnico minoritario hay mayor proporción de gente joven que entre los pertenecientes a la mayoría blanca indoeuropea.

LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS, EL PERIODISMO Y LA CIUDADANÍA

Si bien casi un tercio de los periodistas de diarios estadounidenses declaran utilizar habitualmente Internet, el público general del país está bastante más lejos de dicha

línea, sobre todo en lo que se refiere a la consulta electrónica de periódicos, tal y como quedó dicho antes. Sin embargo el correo electrónico se está haciendo cada vez más popular, lo que sugiere que la utilización de Internet se orienta hasta la fecha más para comunicaciones *privadas* que para comunicación *pública*. De ahí que Internet y sus 'servidores' parecen tener en Estados Unidos mayor impacto, por ahora, en el uso telefónico y en los hábitos de escribir cartas que en las formas por las que el público se entera de las noticias. Tales cambios se observan en relación con el aumento de 'charlas electrónicas', 'listas de distribución' y otras formas de comunicación semi-pública, que no constituyen propiamente *comunicación pública* o *de masas*. Es posible que la comunicación pública electrónica se incremente en el futuro, cuando un mayor número de hogares posea ordenadores personales y televisores interconectados con Internet, pero la comodidad y versatilidad de manejo de los periódicos sigue siendo muy atractiva para muchos lectores; sobre todo para quienes los leen a diario mientras se desplazan a su trabajo en tren, metro o autobús, o quienes no les gusta leer artículos largos en una pantalla en lugar de hacerlo en una hoja de papel.

Algunos de los más célebres críticos del periodismo estadounidense manifiestan que se ha producido un grave deterioro de la calidad de la información periodística, a pesar de que las nuevas tecnologías posibilitan la transmisión instantánea de una gran profusión de mensajes para una ingente cantidad de personas. Claramente estos críticos -y yo coincido con ellos-, ponen de relieve la diferencia entre cantidad y calidad en información de actualidad. Dichos detractores acusan a algunas de las grandes corporaciones de medios de comunicación del país de estar cediendo con demasiada facilidad al sensacionalismo, al sentirse impelidos a una mayor competencia con sus rivales como consecuencia del descenso de las audiencias en los medios audiovisuales y de los lectores en el caso de la prensa, con el consiguiente estancamiento de los ingresos publicitarios.

Siempre que se pregunta a periodistas de cualquier parte del mundo sobre qué papeles o funciones de su profesión consideran más importantes, las respuestas inmediatas más abundantes suelen referirse a suministrar noticias, aportar análisis e interpretación y ejercer de vigilantes ante la actividad gubernamental. Son mucho menos frecuentes las respuestas que mencionen la importancia de facilitar entretenimiento, y sin embargo muchos profesionales son criticados por exagerar y presentar la actualidad de forma mucho más dramática de lo que en realidad es, así como por mostrarse fascinados con cualquier anécdota entretenida, las celebridades de la política y la indagación sobre sus vidas privadas. El periodismo serio y estrictamente informativo abunda bastante menos, sobre todo en el caso de la televisión comercial y la línea divisoria entre información y entretenimiento aparece cada vez más desdibujada, al tiempo que resulta más habitual oír hablar de programas de 'infotrenimiento' ("infotainment"), que combinan el reportaje de actualidad con la acumulación exagerada de chismología y rumores para atraer y entretener a grandes audiencias.

El énfasis sobre escándalos y asuntos personales de la vida de políticos y famosos esta resultando imposible de ignorar en los últimos tiempos en Estados Unidos, con el tratamiento diario del embrollo sexual del Presidente Clinton y la antigua becaria de

la Casa Blanca, Mónica Lewinsky. Y si bien dicho escándalo ha estado atrayendo cifras récord de lectores y telespectadores, ha provocado también una fuerte crítica social contra los medios por sus deficiencias a la hora de verificar los datos divulgados y por centrarse con demasiada insistencia en este asunto.

Un sondeo reciente sobre una muestra nacional de 844 ciudadanos aleatoriamente seleccionados, realizado por el "Pew Research Center", determinó que 2/3 de los encuestados consideraba entre 'deficiente' y "sólo aceptable" la actuación de los medios a la hora de verificar las informaciones antes de publicarlas; un 60% acusaba a los medios de falta de objetividad y la mitad de la muestra declaraba que los medios están fracasando en lo relativo a "proporcionar a la gente la información necesaria" (Morin, 1998:35). Otra encuesta nacional con una muestra de 1.003 individuos, a cargo de un equipo de la Universidad de Connecticut, ha mostrado que el 60% de los entrevistados opinan que los medios informativos "han ido demasiado lejos" respecto a airear detalles de la vida privada del Presidente Clinton. Asimismo, un 81% opinaba en este sondeo que los medios han estado fundamentalmente interesados en "atraer la máxima audiencia posible" y sólo un 14% se identificaba con la idea de que los periodistas estaban actuando con el objetivo de "llegar al fondo del asunto". En la encuesta antes mencionada del Instituto Pew, el 80% de los encuestados coincidía en afirmar que el seguimiento de este asunto resultaba excesivo, con una dedicación desmesurada de comentarios y análisis a dicha cuestión. El mismo trabajo reflejaba que dos de cada tres encuestados (un 63%) manifestaban su creencia de que las noticias de actualidad resultan "a menudo inexactas", lo que significa un salto negativo, en sólo un año, de 7 puntos porcentuales en esta impresión popular y suponía "de lejos el peor índice de valoración obtenido por la prensa a este respecto en toda una década" (Morin, 1998).

En consecuencia, aun siendo cierto que el tratamiento periodístico del escándalo sexual de Clinton ha atraído la atención de mucha gente, el respeto del público por los periodistas y el periodismo ha declinado, por cuanto ese público percibe un exceso de atención a rumores insustanciales y chismorreos. Muy ligado a esa tendencia aflora en nuestras investigaciones sobre los periodistas estadounidenses un fenómeno preocupante según el cual se incrementa desde 1982 a 1992 el porcentaje de profesionales de este país que se declaran dispuestos a utilizar métodos de dudosa honorabilidad a la hora de elaborar sus informaciones, como por ejemplo sacar a la luz cartas y fotografías personales sin permiso de los afectados, o utilizar documentos empresariales o gubernamentales sin autorización. Una gran proporción de nuestros periodistas (el 60%) pensaba también en 1992 que podría estar justificado el uso de micrófonos o cámaras ocultas para obtener noticias importantes, e incluso el 63% veía aceptable el trabajar como empleado de una empresa o institución para conseguir desde dentro información reservada (Weaver y Wilhoit, 1996:157).

Este problema no se reduce a Estados Unidos: En Gran Bretaña el 86% de sus periodistas considera que podría estar justificado el uso de documentos de empresas privadas o instituciones públicas sin el permiso de las mismas y el 80% se expresa en

idéntica línea respecto a introducirse en organizaciones para obtener información reservada desde dentro. Casi 2/3 de los periodistas británicos están de acuerdo con pagar por la obtención de información y la mitad piensa de modo similar respecto a la posibilidad de utilizar documentos personales sin permiso de los implicados. Las proporciones sobre el particular son casi igual de altas entre los profesionales de Finlandia, Brasil y Hong Kong (Weaver, 1998:467-471).

Los periodistas con mayor predisposición a aprobar en Estados Unidos este tipo de métodos dudosos son los del segmento más joven y con un nivel de estudios superior, por lo que parece que el incremento en años de formación no se corresponde necesariamente con una mayor sensibilidad ética, al menos en el caso estadounidense. Sospecho que una de las razones más poderosas que subyace tras todo esto es la presión competitiva entre los medios por obtener primicias e historias cargadas de dramatismo con las que derrotar a toda la competencia, quedando al margen lo que se haya podido inculcar en las facultades y escuelas profesionales. Pero al margen de cuáles sean las causas específicas de tal situación, estamos ante un importante desafío con el que han de enfrentarse los periodistas y comunicadores sociales del nuevo siglo, en el que parece apuntarse hacia una pérdida de credibilidad de muchos medios informativos de mi país.

CONCLUSIONES

Más importante que la credibilidad de los periodistas es, sin embargo, la calidad de la información que el público recibe. Resulta irónico que justo cuando los seres humanos han accedido a una tecnología de la información nunca antes imaginada, la cantidad de información disponible se incrementa y, por el contrario, la calidad parece ir en retroceso. Los centros de formación de periodismo y comunicación tienen ante sí una clara responsabilidad prioritaria para adiestrar en el manejo de las nuevas tecnologías y aprovecharlas en las diferentes vías de presentación de la información de actualidad. Pero tienen también que fomentar los valores profesionales y principios éticos de mayor solidez. Los empresarios y directivos de los medios tienen a su vez la obligación moral de facilitar a sus redactores y reporteros la libertad de iniciativa y los recursos (tiempo y dinero) para servir a sus lectores y audiencias con un trabajo bien hecho, así como de afianzar las normas que prohíben a los periodistas aceptar cualquier tipo de suplementos económicos que puedan comprometer su independencia e integridad.

Mientras no trabajemos todos juntos para afrontar estos desafíos que amenazan a los periodistas y comunicadores sociales de la nueva centuria y el inicio del milenio, me temo que la calidad de las noticias e informaciones que recibimos seguirá descendiendo en la misma medida en que siga aumentando su cantidad. Temo también que un menor compromiso de profesionalidad en el tratamiento periodístico sirva de excusa a los gobiernos de ciertos países para limitar la libertad de los periodistas argumentando que su comportamiento resulta peligroso para el desarrollo económico o la salvaguarda del bien común.

Ahora que más países a lo largo de todo el mundo van avanzando en las formas democráticas de gobierno y en la práctica de la libertad de prensa, es importante que los periodistas no mezclen los límites que separan la información del entretenimiento, o entre las noticias y las opiniones, o que no se decanten hacia una cobertura informativa demasiado peyorativa y superficial. Parte de esas tendencias negativas pueden ser corregidas en las escuelas y facultades de periodismo y comunicación, pero el impulso decisivo que las desata suele residir en la presión por los máximos beneficios económicos, el ansia de rapidez y el afán por atraerse las mayores audiencias.

Los centros de formación y las empresas periodísticas han de trabajar sincronizadamente para mejorar la calidad del periodismo y la comunicación social, si es que seguimos deseando una sociedad más justa y democrática, en consonancia con una opinión pública mejor informada. Los nuevos medios de comunicación como Internet, la televisión por satélite y los formatos innovadores de radio y televisión no van a producir por sí solos una ciudadanía mejor informada.

Es obvio que los periodistas del siglo XXI van a necesitar conocer a fondo el manejo de esas nuevas tecnologías, pero requieren mejorar también mucho más en su conocimiento de los temas sobre los que informan -economía, política, ciencia, salud, medicina, delincuencia, arte, deportes, etc.-. Ello implica que el perfil profesional de su formación ha de cambiar también para incorporar un mayor número de universitarios y un mayor nivel de conocimientos especializados, como el uso de ordenadores. El reto consiste en atraer hacia el periodismo a toda esa gente joven y brillante, proporcionándoles los recursos que necesitan para realizar el tipo de cobertura informativa que nuestra sociedad precisa.

REFERENCIAS

- JOHNSTONE, J./ SLAWSKI, E./ BOWMAN, W., *The News People: A Sociological Portrait of American Journalists and Their Work*. Urbana, Ill. University of Illinois Press. 1976.
- MEDIA STUDIES CENTER, *The Media and Campaign '96 Briefing*. New York. The Freedom Forum Media Studies Center. 1996.
- MORIN, Richard. "Reporting on the Media" *The Washington Post National Weekly Edition*. 16-II-1998.
- VOAKES, Paul S., *The Newspaper Journalists of the '90s*. Reston, VA. American Society of Newspaper Editors. Abril, 1997.
- WEAVER, David H., (ed.) *The Global Journalist: News People Around the World*. Cresskill, NJ. Hampton Press. 1998.

- WEAVER, D./ WILHOIT, CL. *The American Journalist: A Portrait of U.S. News People and Their Work*. Bloomington, IN. Indiana University Press, 1986 (2nd ed. 1991).
- WEAVER, D./ WILHOIT, CL. *The American Journalist in the 1990's: U.S. News People at the End of an Era*. Mahwah, NJ. Erlbaum. 1996.

NOTAS

- * El presente texto corresponde a la conferencia pronunciada por el autor en la Facultad de CC. de la Información de la Universidad Complutense, el 17 de marzo de 1998, patrocinada por el Club de Debate de dicha Universidad, a propuesta de profesores del Consejo Editorial de CIC. Del escrito original ha sido omitido el párrafo introductorio de presentación y agradecimientos.
- ** David H. Weaver es catedrático de Periodismo e Investigación en Comunicación de Masas en la Facultad de Periodismo de la Universidad de Indiana en Bloomington. Su libro más reciente, como coordinador general, es *The Global Journalist: News People Around the World* (Hampton Press, 1998) y ha publicado anteriormente, entre otros, *The American Journalist in the 1990's: U.S. News People at the End of An Era* (Erlbaum, 1996) y *The Formation of Campaign Agendas* (Erlbaum, 1991). Miembro de los consejos editoriales de revistas como *Political Communication* e *International Journal of Public Opinion Research*, posee galardones de diversas instituciones estadounidenses en reconocimiento a su investigación y enseñanza en periodismo y comunicación de masas.