

Periodismo ciudadano versus Periodismo profesional: ¿somos todos periodistas?

ELENA REAL RODRÍGUEZ

ereal@ccinf.ucm.es

PINAR AGUDIEZ CALVO

pagudiez@ccinf.ucm.es

SERGIO PRÍNCIPE HERMOSO

sergio.principehermoso@telefonica.es

Universidad Complutense de Madrid

Recibido: 27 de febrero de 2007

Aceptado: 29 de abril de 2007

RESUMEN

La influencia que Internet ha cobrado en la sociedad y el protagonismo que la interactividad de dicho medio concede a sus protagonistas, ha llevado a los que ensalzan las excelencias y las virtudes de la Red a suponer que todos aquellos que intervienen en el proceso comunicativo de este medio electrónico deben ser considerados *periodistas*, por el mero hecho de convertirse en agentes activos capaces de difundir información a un número considerable de público, y, en consecuencia, equiparar dicha actividad con la que llevan a cabo los profesionales de la información periodística. Nace así el «*Periodismo ciudadano*» en clara confrontación y alternativa al Periodismo tradicional, que parece haber perdido el monopolio de la información. ¿Realmente es posible señalarlos a todos como periodistas?

Palabras clave: Periodismo, Profesión periodística, Periodismo ciudadano, Ciberespacio

Citizen Journalism versus professional Journalism: are we all journalists?

ABSTRACT

The important role that Internet has received in the society and the wide interactivity that grants to its protagonists has provoked that everybody who celebrates the excellence and virtues of Network think that each actor participating in the communicational process of this electronic media must be considered as a journalist, simply by the mere fact of becoming active agents able to spread information to a great audience, and, consequently, to compare this activity with the one that is developed by journalistic information professionals. In this way, "Citizen Journalism" arises as an alternative and as a clear opposition to the traditional Journalism which seems to have lost the monopoly of the information. But, is it really possible to consider every one as journalist?

Keywords: Journalism, Journalistic profession, Citizen Journalism, Cyberspace

SUMARIO: 1. Introducción. 2. Una puntualización previa: periodista no es sinónimo de comunicador ni medio de comunicación, análogo a Periodismo. 3. La Información periodística y la labor de periodista. 4. El Periodismo es una actividad profesional que no implica, por cuanto no se confunde, el simple ejercicio de la libertad de expresión. 5. El ejercicio del Periodismo no puede estar en manos de cualquiera. 6. El Periodismo en entredicho. 7. A modo de conclusión. 8. Referencias Bibliográficas, Hemerográficas y Webgráficas.

1. Introducción

La revolución digital, y más concretamente internet, ha convulsionado el mundo de la comunicación social. Los públicos–audiencias de los medios de comunicación permanecían relegados, hasta hace poco menos de una década, a jugar un papel de simple, pasivo y despersonalizado consumidor de mensajes. Y, sin embargo, a pesar de esa aparente falta de relevancia en el proceso informativo–comunicativo, los públicos han constituido desde siempre la verdadera razón de ser del trabajo de los profesionales y de las empresas comunicativas. ¿Cómo justificar, por ejemplo, la función social que ha de llevar a cabo el Periodismo si obviamos al conjunto de la sociedad a la que sirve? De ahí que los teóricos de la información defendieran la presencia activa del “sujeto” audiencia, y tacharan de inaceptable el discurso informativo u opinativo construido a espaldas de los receptores de mensajes. La relación emisor–receptor debe estar presidida por una interactividad (*feedback*) que procure una comunicación fluida en ambos sentidos. Este fue el modelo que Schramm presentó en 1954 basándose en C. E. OSGOOD, y la aportación que DEFLEUR realizó en 1966 al modelo comunicacional de SHANNON y WEAVER, salvando la excesiva unidireccionalidad y unilateralidad que presidía la primigenia fórmula de LASSWELL (1948). Por tanto, nada novedoso. La información y la opinión son procesos que se acreditan en la medida en que esperan respuesta por parte del público de cada medio de comunicación. El comunicador–informador profesional tiene la obligación de conocer y atender los intereses y necesidades legítimos de un destinatario–usuario que debe intervenir, a su vez, de manera consciente, activa y comprometida. Adoptando una actitud selectiva, valorativa y crítica del contenido de los medios de comunicación, haciendo en todo momento un uso libre y responsable de los mismos. Merced a las disposiciones apropiadas que para el acceso, presencia y participación en el proceso informativo–comunicativo, de esos públicos–audiencias, habrán favorecido a diseñar y constituir las propias empresas y los mismos profesionales de esos medios (REAL RODRÍGUEZ, 2003: 80-81). Pero el hecho de dar al receptor–emisor la voz y el protagonismo que merece, no significa que éste pueda llegar a convertirse en profesional o en empresa. ¿Qué está ocurriendo en la actualidad para que se afirme lo contrario?

Internet parece haber cambiado los pilares sobre los que hasta ahora se ha

constituido el proceso informativo–comunicativo. El papel activo que antaño se defendía para los públicos–audiencias ha dado un giro de 180°. El profesional ya no parece necesario y la empresa queda relegada igualmente a un segundo plano. Sus quehaceres se han visto alterados y han dejado de ser indispensables en el nuevo escenario comunicativo. En el ámbito de la Red no existen las clases ni el reparto de funciones. Todos son iguales, disponen de las mismas herramientas y hacen idénticas tareas. El hasta ahora profesional de la información se convierte en un ciudadano (público–usuario) más en busca de datos y noticias. Y el ciudadano adquiere la condición de informador que puede “colgar” sus mensajes para todo aquel que, con una conexión a internet, quiera leerlos, verlos o escucharlos (lo multimedia permite una integración del ámbito escrito y audiovisual). Se habla ya de nuevos paradigmas comunicativos (ORIHUELA COLLIVA, 2003; CEREZO y ZAFRA, 2003). El modelo tradicional ya no encuentra hueco. Ahora todos podemos ser informadores o, como muchos se han apresurado a afirmar, periodistas (¿por qué no propagandistas, relacionistas, publicistas o documentalistas?). Pero analizando con detenimiento esta nueva realidad, ¿realmente es posible señalarlos a todos como periodistas? ¿Podemos con el suficiente rigor intelectual y científico igualar ambas tareas bajo el mismo concepto de Periodismo? Parece realmente fácil adquirir la condición de periodista, ¿es tan banal su trabajo que no requiere más esfuerzo que el de comprar o alquilar un ordenador y pagar una conexión a internet? ¿Es el Periodismo un simple acto por medio del cual un emisor se limita a lanzar mensajes, cualquier mensaje, sin forma y fondo definido?

2. Una puntualización previa: periodista no es sinónimo de comunicador ni medio de comunicación, análogo a Periodismo

Conviene, por cuanto entendemos que en toda esta problemática se están confundiendo –a veces interesadamente– ciertos términos, hacer unas precisiones previas aclaratorias. Un comunicador –dice el DRAE– es aquel que descubre, manifiesta o hace saber algo a alguien. Toda persona que transmite un conocimiento –del tipo que sea– a otro u otros individuos, con los que comparte un código común que posibilita el entendimiento entre ellos, es susceptible de ser denominado comunicador bien a nivel privado o en el ámbito público. A este último puede responder la figura del periodista, pero también la de un político o cargo público, un publicitario, un relacionista (profesional de las relaciones públicas)..., o, gracias a internet, cualquier mortal que tenga a bien abrir una página web, publicar comentarios en un foro, chatear con los demás miembros de una comunidad virtual o colgar en un weblog, blog o bitácora (un diario electrónico) los anales de su vida personal o sus conocimientos sobre una rama del saber humano. Siempre que el envío del mensaje (conocimiento que se transmite y contenido, por tanto, de la comunicación) sea susceptible de ser considerado “masivo”, es decir, puesto a disposición de un colectivo significativamente amplio de personas. Con el número de usuarios que en estos últimos años ha alcanzado la Red, esta característica ha dejado de ser un impedimento

para que cualquier ser humano pueda ser considerado un comunicador social.¹ Pero esto no le convierte en periodista ni lo que hace en Periodismo. Los medios de comunicación social (internet y los tradicionales prensa, radio y televisión) no pueden ser calificados únicamente como canales de transmisión de contenidos periodísticos. La comunicación colectiva goza de una variedad que no se circunscribe solamente al Periodismo ni se acaba en él. Por los medios de comunicación circulan una amplia gama de mensajes que responden a diversas clases informativas, entre las que se encuentra el Periodismo, pero también otras que poco o nada tiene que ver con él (verbigracia la Propaganda ideológica, la Publicidad y las Relaciones Públicas). Asimismo los contenidos que se emiten a través de dichos medios masivos no son exclusivamente informativos (pensemos en los programas educativos o de entretenimiento, por ejemplo). El Periodismo posee unas maneras y cualidades que le procuran un carácter singular y único, que no debe ser asimilado con otras formas informativas y comunicativas ciertamente parecidas pero ni mucho menos idénticas. Así pues, ni todo contenido mediático es periodístico ni todo aquel que sale o comunica a través de un medio de comunicación puede ser investido automáticamente, y por esta simple razón, como periodista.

También es necesario precisar, como ya señalara Jesús CANGA LAREQUI (2001: 41) que no se debe caer en la equivocación de confundir medio o soporte, e incluso especialidad informativa, con profesión. Elena REAL ya ha tenido ocasión de referirse a ello:

“Debemos tener muy claro que “periodismo” y “periodista” son términos que definen una profesión (o, al menos, el oficio que aún es), mientras que los vocablos “audiovisual”, “digital” o “escrito” aluden a un soporte; por su parte, las voces “nacional”, “sociedad”, “local”, “cultura”, etc., se refieren a una diversidad concreta, bien temática bien espacial, dentro de la misma información periodística. Por lo que cabe suponer que sólo hay un periodismo y un único periodista. Estos equívocos vienen dados por tomar como referente una idea del periodismo basado únicamente en el ejercicio, al tiempo que pecan de una visión segregadora de la misma actividad. Con esto quiero decir, que el periodista que trabaja en la red es el mismo que el que lo hace en la televisión, la radio, la prensa escrita o en una agencia informativa; y que las nuevas fórmulas, formas y medios de trabajo no modifican la esencia del periodismo. Se puede transformar (y de hecho lo está haciendo, aunque no al ritmo que

¹. El último informe sobre el estado de la Sociedad de la Información en España elaborado por Telefónica, correspondiente al año 2006, señala que el desarrollo de la banda ancha en nuestro país ha experimentado un notable crecimiento. En este concepto, España es el décimo país del mundo por número de conexiones de esta tecnología que, a finales de enero de 2007, se situaba en torno a los 7 millones, un 40% más que en el mismo periodo de 2006. Este impulso de la banda ancha ha motivado que el número de internautas crezca un 16%. Ya casi la mitad de los españoles mayores de 16 años (un 47,9%) declara haber usado internet alguna vez en los últimos tres meses; un 38,4% afirma haber accedido a la Red en el último mes y casi uno de cada cuatro ciudadanos (un 23,6%) son usuarios habituales de internet (*Periodista Digital*, 2007). Aquellos que estén interesados en consultar con más detalle los datos de este estudio pueden hacerlo en <http://www.telefonica.es/sociedaddelainformacion>.

algunos predijeron) el cómo, el dónde y el cuándo del periodismo, pero se mantiene inalterable (pese a la predicción de los que en su día anunciaron a bombo y platillo el desahucio de su función social) el qué, el porqué y el para qué de este noble oficio (todavía, y esto es lo lamentable, aspirante a profesión) que aún es indiscutible en el seno de las sociedades modernas” (REAL RODRÍGUEZ, 2005a: 506).

3. La Información periodística y la labor de periodista

El Periodismo es una clase de comunicación colectiva, de índole informativo y opinativo, que responde a una clara función social: la necesidad que todo hombre tiene de estar informado y de saber cuanto ocurre, se idea y opina en el mundo. De este modo, ha quedado establecido que el derecho a la información es un derecho natural y personal ya que incide directamente en el perfeccionamiento del hombre y es exigencia de su dignidad de persona humana. A servir a este derecho está dirigido el Periodismo y la labor profesional del periodista. Ángel BENITO incide en este parecer cuando afirma que “La vida de comunidad, desde la más primitiva a la más desarrollada, pide al hombre la necesidad de estar informado, de saber cosas, de preguntarlas y comunicarlas a los demás en la marcha diaria de la sociabilidad humana. Desde siempre, y al compás del desarrollo técnico y social, el Periodismo ha venido siendo el instrumento específico para la ampliación y más perfecta consecución de esa ansia de comunicarse connatural al hombre” (BENITO JAÉN, 1995: 143)².

Una tarea que consiste básicamente en elaborar noticias de hechos de actualidad o comentarios de esos hechos que respondan a una clara utilidad y evidente interés (que no curiosidad) general o público³, debidamente explicados e interpretados con veracidad, imparcialidad y honestidad profesional, y trasladados al público con rapidez sin que por ello se vea mermada su calidad. Así pues, el Periodismo siempre se ha definido por su sentido público y cívico. El receptor–destinatario –público–audiencia siempre ha sido su mayor prioridad. A juicio de María Jesús CASALS, “esa es su principal característica profesional. Un compromiso y una responsabilidad que se le debe exigir: pensar en el ciudadano, en el receptor, cuando seleccione su información, cuando formule sus preguntas, cuando decida los contextos, cuando persiga asuntos de verdadero interés social, cuando haya de sujetarse a la agenda política. Pensar en el receptor es tener la conciencia de que el periodismo es una actividad integradora en las responsabilidades, derechos y deberes de una sociedad democrática. Esto no debería ser una utopía sino las señas de identidad de lo que encierra el concepto de periodismo” (CASALS CARRO, 2005: 111).

². Esta claro que internet ha venido a aumentar con creces estas posibilidades, pero no por ello el Periodismo ha disminuido su razón de ser en este sentido. Habrá de adaptarse, como es lógico, pero ni mucho menos pierde su esencia y fundamento originario.

³. María Jesús CASALS nos refiere que el interés periodístico posee un doble cariz: general o público. El primero comprende aquellos hechos, acontecimientos y fenómenos que son importantes o trascendentes para una amplia comunidad de personas. Por su parte, el interés público lo constituyen los hechos, acontecimientos o fenómenos de trascendencia social, aunque con menor importancia, que forman parte de la existencia humana, de la naturaleza de las cosas y de la preferencia de un público masivo (CASALS CARRO, 2005: 194).

El periodista no es un mero intermediario o mediador entre el hecho y el público⁴. Es un intérprete, el artífice que nos ayuda a entender la realidad que nos rodea, los sucesos que acontecen y afectan a nuestra existencia en el mundo. El profesional de la información periodística no se caracteriza por captar sin más los hechos. Busca con rigor y minuciosidad el significado que esos hechos poseen, pues bien sabemos que ver no es comprender. La objetividad y la veracidad del periodista en esta ocupación son elementos esenciales e imprescindibles⁵. Deben hacerse todos los esfuerzos necesarios para garantizar que el contenido noticioso sea fiel, esté libre de prejuicios y se ajuste al contexto, y que todas las opiniones implicadas sean presentadas de modo imparcial. Sabiendo ponderar los diferentes pareceres con justicia, colocando a cada uno en el sitio que le corresponda. Esto es sin razonamientos personalizados que no tengan su base en los datos y los hechos acontecidos. El Periodismo es ante todo compromiso con la democracia y los valores que la sustentan, y una neutralidad mal entendida puede situar a los medios de comunicación en posiciones inhumanas y de preocupante tibieza ante la defensa de los derechos humanos, por ejemplo. Lo que no implica caer en el subjetivismo, la parcialidad o la militancia partidista (AZNAR, 2005: 55). Esto es importante aclararlo. El periodista procurará, pues, ofrecer al público únicamente informaciones exactas, conformes con los hechos, comprobando con el mejor procedimiento posible todas las informaciones, de modo que ningún hecho sea voluntariamente distorsionado ni deliberadamente suprimido, así, no difundirá informaciones sino después de tener una razonable certeza de su verdad, las rechazará si son dudosas, o precisará su grado de probabilidad, dentro de los límites de sus propias posibilidades de investigación. Es su deber, dar cuenta de los hechos con precisión minuciosa, en forma completa, concisa, clara y con respeto, en relación con todos los antecedentes e informaciones que sirvan a su mejor entendimiento, de manera que promueva el bien común. El periodista debe metódicamente buscar, investigar y confirmar cada información, la cual debe comunicar entonces con precisión y rapidez al público, sin ocultar ni falsificar ninguno de los componentes estructurales de la noticia, ya sea para obtener un beneficio personal o para servir a otro propósito, sin sacrificar la exactitud por la rapidez o la verdad por el oportunismo (REAL RODRÍGUEZ, 2005a: 512-513).

Es asimismo importante, en lo que se refiere a la información, y por lo que también atañe a una fundamental exigencia ético-deontológica, que ésta aparezca claramente diferenciada de la opinión para evitar cualquier confusión. Las noticias son

4. Factor que muchos han apuntado para justificar su desaparición o pérdida de protagonismo en el nuevo contexto digital. Ahora –afirman quienes así piensan– que todos podemos acceder directamente a la información ya no precisamos del periodista para enterarnos de lo que ocurre a nuestro alrededor, bien en el espacio inmediato circundante bien a miles de kilómetros de distancia. Pero la función de periodista tiene un mayor cometido que limitarse a servir de mera correa de transmisión.

5. Por objetividad no nos referimos a una tendencia filosófica, social o política. Aludimos a una actitud –que ha de convertirse en virtud– que debe estar siempre presente en la información de hechos, como acompañante indispensable de la veracidad del periodista que se esfuerza por conocer fielmente lo ocurrido y transmitírselo en ese modo al público.

informaciones de hechos y datos, y las opiniones expresan pensamientos, ideas, creencias, juicios de valor por parte de los medios de comunicación, los editores o los periodistas. A este respecto conviene matizar que la exposición “del programa ideológico” ha de limitarse a la opinión y no debe invadir el ámbito informativo, porque la opinión fragmenta, desfigura y, a fin de cuentas, puede anular la información. Los medios de comunicación están obligados a servir información desapasionada, toda, no sólo la que convenga a su programa ideológico, el cual debe ser expuesto y defendido de manera expresa, es decir, sin ser disfrazado en la información. El derecho del público a saber lo que pasa con fidelidad y autenticidad así lo exige.⁶

Estas premisas son las que nos ayudan a diferenciar el Periodismo de otros tipos de información y al periodista de otros profesionales (si es que siempre cabe aplicar este término) del ámbito de la comunicación social. La Propaganda ideológica, la Publicidad comercial, las Relaciones Públicas y el Marketing político –por citar otros usos de la información de actualidad– son actividades que, a diferencia del Periodismo, se caracterizan por su afán eminentemente persuasivo (que prima sobre el cariz informativo, a la inversa que en el Periodismo). Poseen una información interesada que busca ante todo un cambio en el pensamiento y forma de proceder del público al que va dirigido. Aunque no por ello resultan quehaceres ilegales o ilegítimos. La utilidad social y la veracidad que se les supone, ya que si no dejarían de ser información, es distinta a la exigida en Periodismo. Un publicista, por ejemplo, ha de evocar las virtudes de un producto comercial sin mentiras que nos induzcan a error o engaño (esto es lo que se le pide), pero no tiene por qué contarnos todo acerca del bien anunciado. Si éste posee algún pero o leve inconveniente, cuya omisión no suponga un perjuicio para el receptor o el interés general, es algo que el consumidor responsable deberá averiguar por sus propios medios y deducción. Sin embargo, esto es inconcebible en términos periodísticos, donde la ausencia de datos completos o medias verdades en una noticia están claramente contraindicados⁸. Tampoco cabe confundir con Periodismo la llamada prensa rosa o del corazón (una equivocación bastante común, aunque no por ello acertada), ya que no goza del interés general o público –entre otros pormenores– exigible para ser reconocido como tal. Realmente si se atuviera a esta característica dejaría de existir. La simple periodicidad (de ahí el término prensa) no es razón para confundirla con el más digno contenido periodístico. El chismorreo, los rumores, el insulto, la vacuidad y vaciedad, la falsedad, la falta de tacto y de respeto a la intimidad de los demás, el gusto por la espectacularidad y la búsqueda, por tanto, de lo meramente impactante, por enumerar los principales males que propala este clase de anti-información, no son aceptables en el modo de proceder

⁶. Lo que aquí hemos venido apuntando sobre las características del trabajo periodístico se reflejan –además de en la ética y la deontología profesional, claro está– en la teoría de los géneros, que no han perdido su importancia y vigencia. Véase para estos últimos CASALS CARRO, 2005 y MARTÍNEZ ALBERTOS, 2006.

⁷. En distinción con el Periodismo, la actualidad aún presente no constituye un rasgo esencial.

⁸. Para un análisis más detallado de las diferencias entre estos distintos tipos de información puede consultarse: BENITO JAÉN, 1995; CASALS CARRO, 2005; REAL RODRÍGUEZ, 2005b y 2006.

de la información periodística⁹. De igual modo, quedan fuera los programas divulgativos (donde el aspecto informativo o noticioso queda relegado a un segundo plano), de variedades, magazines, concursos, *reality shows*, *talk shows*, etc. Con estos razonamientos no pueden considerarse periodistas, no al menos ejerciendo el cometido que a estos les compete, los actores que intervienen en estas otras modalidades de información o contenido mediático. Tampoco conviene confundir al periodista con el colaborador de opinión de un periódico o programa de radio o televisión, o de un blog o bitácora en internet (aunque un periodista puede desarrollar esta función¹⁰). Igualmente el paparazzi queda excluido de la condición de informador gráfico. Primero, porque lo que hace no es información y, segundo, por cuanto el simple ejercicio de esta labor –al igual que el resto de técnicos que asisten al periodista: especialistas en infografía, maquetadores, documentalistas, especialistas en marketing, operadores de cámara, distribuidores de prensa, etc.– no otorga automáticamente la distinción de profesional de la información periodística, es decir, de periodista¹¹. Se requiere algo más. Hoy en día, como tendremos ocasión de apuntar más adelante, el periodista ha de definirse apriorísticamente (por reunir una serie de cualidades anteriores al ejercicio) y no a posteriori (por la simple realización de la práctica profesional). La capacitación ha de ser previa y ser la consecuencia que facilite el acceso a la profesión.

Cabe también apuntar que la aplicación rigurosa de los criterios enumerados con anterioridad (interés general, veracidad, exactitud, honestidad profesional...), y que deben ser obligatorios en toda información que desee ser catalogada como Periodismo, es lo que diferencia a un verdadero profesional de un simple aficionado. Al primero ha de presuponersele, ha de ser inherente al trabajo que lleva a cabo. Al segundo, sólo cabe deseárselo. La información que circula por internet, fuera de los espacios propiamente periodísticos (estos son aquellos hechos por periodistas y que contienen noticias con las premisas propias y exigibles al Periodismo), no está contrastada ni tiene garantizada la veracidad de lo que transmite¹². Las bitácoras, que han venido a destronar a los

⁹. Que está lamentablemente contagiando, junto con otras formas comunicativas de dudosa legitimidad, al verdadero Periodismo. Aunque éste es, evidentemente, otro problema. En este sentido, alguien puede afirmar que no toda la prensa rosa se conduce de igual manera, que también la hay que practica una información respetuosa y prudente. Cierto es que la prensa del corazón tiene sus clases y grados, pero las características que la definen se alejan de los patrones propiamente periodísticos.

¹⁰. Por la que será reconocido como periodista en ejercicio.

¹¹. Estas labores pueden asimismo ser realizadas por un periodista titulado si está cualificado y lo cree oportuno la empresa comunicativa. Pero no necesariamente, por cuanto no se trata de tareas específicamente periodísticas. El periodista no es un tecnólogo de la información. Sólo los cámaras o reporteros gráficos podrán ser considerados periodistas en ejercicio cuando acrediten el título oficial de licenciado en Periodismo y, al darse de alta en el Colegio de periodistas, justifiquen debidamente esta dedicación profesional. Para aquellos que deseen abordar con más detenimiento la cuestión sobre qué puede ser considerado o no ejercicio periodístico –en ese doble vertiente de lo que ha de ser, por un lado, materia exclusiva del periodista y, por otro, campo compartido con colaboradores ya intelectuales ya técnicos– les recomendamos leer REAL RODRÍGUEZ, 2003 y 2005b.

¹². Por supuesto, en virtud de su libertad humana, el periodista puede ser mendaz y transgredir sus obligaciones ético-deontológicas. Incurriendo entonces en una mala praxis del ejercicio periodístico y en un mal uso de su función informativa. También se espera del médico que cure y salve vidas humanas y, sin embargo,

periódicos tradicionales en la red, no son en su mayoría periodísticas (no hay que confundir fondo con formato). Poseen una carga de opinión muy alta y las noticias que contienen suelen estar tomadas de otros lugares de la red o proceden de la prensa escrita, la radio o la televisión (son de segunda o tercera mano). No procuran información propia por falta de fuentes y recursos. Los ciudadanos no poseen el tiempo suficiente para investigar aunque ahora tengan más capacidad para difundir. Este déficit social fue la razón primera que antaño supuso la aparición y necesidad del Periodismo y de los periodistas en las sociedades democráticas, para actuar al servicio del derecho a la información de los ciudadanos. Y vuelve a ser la causa que refuerza y prolonga su existencia. Porque aunque los usuarios hayan ganado un merecido protagonismo en el proceso informativo-comunicativo, no pueden desbancar la actuación de un profesional que actúa recordémoslo a favor del bien común.

4. El Periodismo es una actividad profesional que no implica, por cuanto no se confunde, el simple ejercicio de la libertad de expresión

La función pública de la información que lleva a cabo el Periodismo está pues referida constantemente al derecho humano a la información, del que parte y al que vale. Ahora bien, la soberanía informativa pertenece a todos los ciudadanos, no es potestad exclusiva del periodista ni de la empresa comunicativa. A todos nos asiste el derecho a poder expresar aquello cuanto gustemos (siempre y cuando no ofendamos los derechos de los demás sujetos). De este modo lo expresa José María DESANTES:

“Más en concreto, el derecho a la información y, por tanto, su ejercicio libre, no corresponde en exclusiva a los informadores, profesionales o no, ni a las empresas informativas, sino a «toda persona», como reza el artículo 19 de la Declaración Universal de Derechos Humanos de la ONU en sus dos palabras iniciales, por no referirse a otros textos supranacionales del mismo tenor, incluso a las personas agrupadas, natural o convencionalmente, en una institución no personificada, como la familia o los grupos parlamentarios. El sujeto potencial y actual del derecho a la información es toda persona física, considerada individual o en comunidad y, por extensión, toda persona jurídica, entre los que se incluyen, obviamente, los informadores y las empresas informativas, pero no se reduce a ellas; sino que, con razón, puede estudiarse en el sistema iusinformativo el llamado «sujeto universal de la información»” (DESANTES GUANTER, 2004: 91-92)

Pero cuando ejercemos esta atribución lo hacemos en virtud de una capacidad personal. En cambio, el periodista no se conduce sin más como un ciudadano cualquiera en el ejercicio efectivo de este derecho universal, sino que actúa, ante todo, como un profesional al servicio de unas facultades (las de investigar y difundir de

puede provocar la muerte de una forma consciente y voluntaria. Está en su decisión autónoma actuar de un modo u otro, pero no cabe duda de que la primera opción es consustancial a su misión en la sociedad. La segunda constituye una desviación inaceptable que la comunidad no puede ni debe tolerar. Lo mismo ocurre con el periodista.

acuerdo con nuestro texto constitucional) que le han sido confiadas por el conjunto de la sociedad, dada la dificultad que el propio colectivo social tiene de poder desarrollarlas con el debido cuidado por sí mismo, a pesar de los avances tecnológicos. Hay una delegación tácita por parte del público en el periodista¹³. Esto pone a los periodistas ante el compromiso profesional y también ante el compromiso público o social de cumplir adecuadamente con los requerimientos de la información periodística, porque si no lo hacen así están dejando a los ciudadanos desamparados en el disfrute o ejercicio del derecho a la información que les corresponde. Ser periodista no es tanto un derecho como una responsabilidad, y su ejercicio no puede estar sujeto a arbitrariedad o capricho alguno. “Nadie puede informar si no cumple una función informativa; nadie puede ejercitar el derecho humano a la información si no es para realizar la justicia informativa; nadie puede invocar el deber oficial o profesional de informar si no es para dar perfecto cumplimiento al derecho de los demás. La información es en sí una función pública, con independencia de que sus agentes sean públicos o privados” (SORIA, 1991: 14)

Es, por tanto, la satisfacción del *deber* de informar (correlativo al derecho que todos disfrutamos), en la especialidad que al Periodismo le corresponde, el que identifica al periodista frente al resto de los ciudadanos sin distinción profesional, es decir, que no se comportan al igual que él consagrando su quehacer diario a las obligaciones y responsabilidades que la práctica periodística conlleva. Resulta indispensable, pues, diferenciar entre el uso y disfrute de un derecho constitucional y el derecho al ejercicio profesional de una actividad determinada. Disparidad que para algunos resulta bastante obvia, pero no así para una nada desdeñable y aparente mayoría que no parecen reparar en ella (o simplemente la menosprecian) y echan mano, una y otra vez, del argumento falaz que niega al Periodismo la categoría de profesión e impide que el periodista pueda ser alguien más que un transmisor de mensajes (REAL RODRÍGUEZ, 2005a: 508–509).

La empresa informativa (y esto conviene recalcarlo por cuanto el periodista suele ser un profesional por cuenta ajena) está afectada, de igual manera, por todos aquellos deberes profesionales que soporta el periodista, lo que se traduce en la obligación, entre otras cosas, de disponer las condiciones para que los periodistas puedan cumplir adecuadamente su responsabilidad pública. La Ética periodística (valedora de las prerrogativas que el Periodismo debe cumplir) también atañe a los empresarios, que no deben dejar que se diluya y quede postergada frente al legítimo objetivo del beneficio económico. Una información concebida sólo como mercancía pierde su

¹³. Esta delegación tácita del derecho a la información no puede extrañarnos porque es la misma que se da en otras profesiones y que resulta necesaria a medida que se va haciendo más compleja la vida social. De igual modo, todos tenemos derecho a la educación, a la salud, a defendernos en un juicio, a procurarnos una vivienda digna, etc., y no por ello nos ponemos a realizar cada uno por nuestra cuenta tales atribuciones. La sociedad delega ciertos cometidos de alto valor social en unos profesionales que previamente ha formado para que puedan ejercer su función o prestar su servicio con idoneidad y solvencia.

función social y cívica. Todo lo que afecte negativamente al derecho a la información es algo que le está vedado a la empresa informativa. El periodista debe disponer, por tanto, de la necesaria independencia y autonomía profesional en su labor informativa. Responde ante su empresa, para la que trabaja, pero sobre todo ante el compromiso adquirido con el público, el verdadero titular del derecho a la información. Un público que también tiene sus obligaciones en este proceso comunicativo. La responsabilidad ética ha de estar presente en la conciencia de todos ellos.

Así pues, cualquier persona no actúa ni se convierte en periodista por relatar una experiencia sobre un acontecimiento, comentar una noticia, elaborar un texto sobre una temática general o especializada (dada su condición de experto en la materia), colgar una fotografía o un vídeo hecho con su cámara digital..., que gracias a internet puede poner a disposición de un grupo multitudinario de usuarios a través de una página web, un foro, un wiki, un blog, etc. La simple recolección, edición y difusión de noticias no constituye, como ya hemos apuntado, una labor que pueda ser catalogada sin más como Periodismo ni a quien la hace investido –por este simple hecho– con el rango de periodista. El movimiento denominado como *Periodismo ciudadano*, parte de este planteamiento equivocado. Y el empecinamiento que desgraciadamente persiste en definir al periodista por la mera actividad ayuda a que el error crezca en magnitud y se generalice hasta límites insospechados. De esta manera, se extiende la idea de que ambas tareas (la del periodista, por un lado, y la del público por otro) son idénticas, están al mismo nivel, y, por tanto, susceptibles de esgrimir las mismas exigencias en cuanto a derechos informativos (¿y los deberes no cuentan?). Y ya que son iguales, el profesional puede verse relegado por el aficionado. Así lo apuntan CEREZO y ZAFRA en su análisis de la sociedad de la información:

“Hasta ahora, el profesional de la información era el periodista; en el nuevo medio, con unos pocos conocimientos de edición y acceso a la red cualquiera puede convertirse en informador. [...] Internet ha provocado un nuevo concepto de información en la que el usuario es parte de ella, tanto es así que, a medida que éste profundiza en su consumo y uso, puede llegar a convertirse en generador e intermediario de información y, por qué no, en periodista” (CEREZO y ZAFRA, 2003: 3 y 7).

En este contexto, los diarios personales *on-line* (los denominados weblogs, blogs o bitácoras), y más recientemente el fenómeno *wiki*¹⁴, se presentan como una seria alternativa a los periódicos “tradicionales” lanzados en internet por las empresas comunicativas y elaborados por los profesionales. Que temerosos de la competencia *ciudadana* han decidido atraerlos fichándolos como periodistas. Este es el caso del

¹⁴. El concepto *Wiki* –base de la gigantesca enciclopedia *on line* hecha por los propios internautas, *Wikipedia*– consiste en crear páginas *webs* en las que los usuarios pueden escribir, corregir o editar texto. Al hilo de esta nueva manifestación de participación ciudadana, ha surgido el proyecto *Wikinoticias* que pretende ser un gran espacio (tan amplio como la gente quiera) donde cada cual vaya elaborando y colaborando en las informaciones que le plazcan.

diario surcoreano *Oh, MyNews*, pionero en esta iniciativa, que sólo demanda a sus nuevos reporteros un buen dominio del inglés e ingresar en una ficha sus datos personales. Estos son todos los requisitos previos necesarios para comenzar a *trabajar* como periodista. Incluso reciben una pequeña gratificación económica por sus esfuerzos y desvelos en la caza de noticias. Estos peculiares colaboradores aportan un 70% del contenido del periódico. Una cifra nada desdeñable. Los periodistas profesionales por su parte se encargan de supervisar el material que les llega de estos espontáneos periodistas, y de la producción de aquellos temas que requieren más dominio del oficio. La participación de la audiencia en la elaboración de contenidos no concluye aquí. Además de publicar en el diario, los ciudadanos pueden escribir comentarios al pie de las noticias, algo cada vez más habitual en los periódicos de internet (MESO AYERDI, 2005: 15). A *Oh, MyNews* le han seguido *Flickr*, *YouTube*, *Scoop*⁵, *NowPublic*⁶... . Aquí en España, se han sumado a esta búsqueda de la participación ciudadana diarios como *Qué!*, *20 minutos*, *Gennio calle*, *Reportero Digital*⁷, *La Vanguardia*, *El Correo*..., y las páginas *webs* de los programas informativos de *La 2* o *Antena 3 TV* (que ofrecen la posibilidad de su emisión en televisión, vinculando así ambos medios). Como práctica generalizada, casi todas las ediciones electrónicas de los grandes diarios tradicionales invitan a los usuarios a incluir sus propias observaciones debajo de cada noticia y, además, brindan tanto la posibilidad de enlazar con blogs hechos por periodistas o colaboradores habituales del diario como que el usuario cree su propio blog dentro del medio. A esta nueva realidad se la ha bautizado como Periodismo 3.0⁸.

Lo que está ocurriendo, merced al desarrollo tecnológico, no es más que el logro de ese papel activo que siempre se ha demandado del receptor–público–audiencia –usuario en el proceso informativo–comunicativo. Una participación que finalmente está consiguiendo el grado deseado, y que sólo podemos esperar que siga creciendo. Pero de ahí a equiparar las funciones, las obligaciones y responsabilidades que a cada cual corresponden en dicho proceso hay un gran trecho. En la base de esta monumental confusión está sin lugar a dudas la inacabada transición hacia la profesión del Periodismo, así como los reiterados incumplimientos y vulneraciones que determinados grupos empresariales y periodistas hacen del ejercicio periodístico. Lo que ha generado una pérdida preocupante de la credibilidad de los públicos en el Periodismo.

⁵. En 15 meses ha conseguido registrar a 12.000 colaboradores en 97 países.

⁶. Que se autodenomina una red informativa y participativa, que incluye imágenes e historias procedentes de sus más de 31.000 *periodistas* ciudadanos en 130 países.

⁷. Una creación del también periódico electrónico *Periodista Digital*, que pretende dar cobertura a la información local elaborada por los propios usuarios.

⁸. Este término fue acuñado por Dan GILMOR, columnista del *San José Mercury News* y uno de los primeros *bloggers* del mundo. En España fue introducido por el periodista Juan VARELA, quien define así dicho concepto: “Periodismo 1.0 es el que traspasa contenido tradicional de medios analógicos al ciberespacio. Periodismo 2.0. es la creación de contenido de y para la Red. Periodismo 3.0. socializa ese contenido y a los propios medios” (VARELA, 2005: 20). El Periodismo 3.0. se presenta como la capacidad ya no sólo de transmitir información al usuario, sino de que éste puede transformarla y adaptarla.

5. El ejercicio del Periodismo no puede estar en manos de cualquiera

El vital papel que juega el derecho a la información, obliga a la sociedad a proveer un servicio público de expertos para garantizar lo mejor posible la respuesta a ese derecho natural ya referido de todo individuo y de toda sociedad al conocimiento de las verdades esenciales para llevar a cabo una vida socialmente digna. Este menester, que ha de supervisar el Estado como garante del bien común (función que le otorga nuestra Constitución), recae en las instituciones educativas. La Universidad ha de ser quien asuma ante la sociedad el cometido de preparar profesionales debidamente capacitados y competentes. Hasta aquí nada que contradiga o alarme el sentido democrático de las sociedades fundamentadas en el denominado Estado de Derecho. Sin embargo, este lógico razonamiento se tuerce cuando quien se quiere ajustar a esta realidad, al igual que el resto de profesiones tituladas, es la actividad periodística. El Periodismo no parece tener derecho a exigir que sus futuros profesionales sean formados previamente mediante una titulación académica específica. Le está vedado solicitar que en función de los conocimientos complejos y los métodos especiales que se requieren para la acción de informar y de comunicar; con respecto a las influencias y efectos que esa acción tiene en la opinión pública y en la cultura popular; con referencia a la calidad indiscutible que siempre vale suponer a cualquiera de los mensajes que son puestos en común, la sociedad esté perfectamente legitimada para reclamar un nivel óptimo de suficiencia e idoneidad, avalada por una Licenciatura en Periodismo. Lo más que se le permite es sugerir y recomendar dicha capacitación, que para mayor burla ha de ser abierta. Atenta contra la lógica más elemental declarar todos los títulos universitarios igualmente aptos para la formación de periodistas. ¿Acaso aceptamos a médicos, abogados, farmacéuticos, arquitectos..., con otra titulación universitaria que no sea la de Medicina, Derecho, Farmacia, Arquitectura...? Ni tan siquiera pueden considerarse equivalentes las diferentes licenciaturas en el ámbito de las Ciencias de la Comunicación (Periodismo, Publicidad y Relaciones Públicas y Comunicación Audiovisual). Cada título está destinado a la educación de un profesional determinado, y a ese particular perfil responde los objetivos del mismo.

Persistir en la exigencia del título académico en Periodismo es fomentar la censura, instaurar un poder político que maneje a su antojo la información, atentar contra el deseado pluralismo informativo y la diversidad de opiniones, promover el corporativismo profesional, generar la pérdida de independencia y autonomía en el ámbito de los medios de comunicación, y otras lindezas semejantes que postulan sin ningún rubor los enemigos del Periodismo—profesión. Lo increíble es que todo este cúmulo de falacias se haya instaurado como verdades incuestionables, y actúen a modo de barrera infranqueable para un Periodismo que tan sólo desea dar precisa y puntual respuesta a los requerimientos que, hoy por hoy, le plantean las modernas sociedades del siglo XXI. Resulta vital para el cumplimiento efectivo de las funciones y fines que le son propios al Periodismo su definitiva conversión en la

profesión que merece y está llamada a ser, con todo lo que este término implica¹⁹. En la concepción del Periodismo–profesión, el periodista ya no puede seguir cimentando la conquista de su condición por la simple realización de la práctica profesional. El periodista ya no es el que hace esto o lo otro, sino el que está capacitado para hacer esto o lo otro, el que se ha preparado convenientemente para el ejercicio profesional del Periodismo..., esté o no desempeñando cualquiera de los actos propios que lo caracterizan²⁰. La cuestión de la formación adquiere así un peso fundamental en el proceso de profesionalización del Periodismo. Sólo una enseñanza de calidad fuera de toda duda conduce a la existencia de periodistas competentes y altamente cualificados, que hacen posible a su vez una información, una opinión y una comunicación de indiscutible categoría. Esa educación debe estar en condiciones de responder a las exigencias que le demandan tanto la sociedad como una información y comunicación periodística en continuo desarrollo.

Considerar inconstitucional la exigencia legal de la Licenciatura en Periodismo para ejercer como periodista, ya que no se puede asegurar que con dicha formación el periodista vaya a ser veraz en su trabajo, es una afirmación tan desafortunada como absurda. Desde luego, ninguna carrera universitaria puede asegurar que la actuación de un profesional que ha contribuido a formar, será en adelante, y merced a ella, completamente honesta. Y, sin embargo, no declaramos inconstitucional su obligatoriedad. Entristece ver que en ninguna de las definiciones propuestas para el futuro Estatuto profesional se establece como periodista al licenciado en Periodismo, si no es como una de las titulaciones impartidas por una Facultad en Ciencias de la Comunicación (o denominación similar)²¹. Lo que provoca esta confusión, amén de una maleada interpretación, es el escaso interés en diferenciar la información periodística del resto de formas informativas que se engloban bajo el común denominador de la Comunicación Social. Circunstancia que tiene que ver a su vez con la parálisis que sufre la profesionalización del Periodismo, que no acierta a responder qué es un periodista y para qué sirve, o mejor dicho, cuáles son los actos propios que definen su ejercicio profesional. Esto, querámoslo o no, repercute negativamente en la enseñanza del Periodismo y en el valor que se otorga a su titulación universitaria.

¹⁹. Para que haya una profesión es preciso cumplir las siguientes características formales: servicio esencial para la sociedad; vocación; actividad diferenciable de otras; actos propios definidos; exclusividad de competencias; intrusismo perseguible; centro formativo de grado superior; titulación específica facultativa para el ejercicio; colegiación obligatoria; control del acceso a la profesión y de su ejercicio; organización profesional que garantice la autonomía y la independencia; código deontológico; estatuto profesional; norma laboral generalizada; dedicación principal, estable y que constituya el primordial medio de vida. Para que cada uno de estos rasgos se desarrollen con el verdadero sentido que se les supone y espera, es preciso que se sustenten sobre los dos pilares básicos: titulación académica específica y colegiación, ambas con carácter obligatorio.

²⁰. Porque la condición de periodista no cesa nunca. La única distinción que cabe establecer es entre el periodista que ejerce y el que no dicha actividad profesional.

²¹. Así lo indica la alternativa presentada por la FAPE, que la designa erróneamente como Facultad de Periodismo, inexistente en nuestro país.

La empresa informativa, dentro de su libertad de contratación, está en su derecho de decidir qué periodista desea emplear. Pero no es tarea suya determinar quién puede o no ser periodista. Resulta de una frivolidad preocupante afirmar que cualquiera, sin más condición que la de ser persona humana y ciudadano de un Estado, puede –bien con el beneplácito del empresario de turno bien mediante las facilidades que hoy brinda internet– llegar a ser periodista. Sólo un interés espurio contrario al más elemental bien común podía argüir tamaña mentira. La libertad de expresión tiene que dejar de ser la excusa más recurrente para negarle al Periodismo su pleno estatus profesional:

“En contra de lo que se nos quiere hacer creer, la libertad de expresión no es en modo alguno un derecho absoluto e ilimitado por lo que habrá que atenerse, al menos, a aquellas restricciones que vengan aconsejadas por el sentido común. Los graves y perniciosos efectos que un desempeño interesado y no convenientemente cualificado del Periodismo podría acarrear a la sociedad, hacen preciso que esta actividad sea ejercida únicamente por aquellos que previamente hayan sido preparados con la imprescindible suficiencia; ya que prevalece, y esto es importante resaltarlo, el interés social de asegurar la idoneidad profesional sobre los intereses del individuo o de la empresa a elegir profesión y personal laboral, respectivamente, para evitar los daños que pudieran derivarse de la impericia. Se limita de esta manera sólo el derecho al libre ejercicio de profesión en virtud de un derecho mayor. No se menoscaba en ningún momento la libertad de expresión de la persona, que puede seguir haciendo uso de su derecho constitucional, lo que no le lleva a convertirse en periodista ni a realizar el cometido informativo que solamente éste debe ejecutar. Como tampoco se ve afectada la libertad de contratación de la empresa periodística que podrá emplear a quien buenamente le plazca siempre y cuando sea competente en la tarea que ha de llevar a cabo, lo que, por otro lado, redundará en su propio beneficio como empresa que, no nos olvidemos, detenta junto al periodista la función informativa que precisa la sociedad. Opuestamente a lo que tantas veces se ha afirmado, la mejor defensa de la libertad de expresión no está (por lo menos en lo que al Periodismo se refiere) en practicar una política de puertas abiertas donde todos quepan independientemente de su sapiencia y responsabilidad para con esta ciencia–arte de incuestionable valor social; reside, en cambio, en saber garantizar una mayor capacitación y autonomía por parte del periodista, requisito indispensable para el cumplimiento eficaz y eficiente del derecho a la información reconocido a cada ser humano”. (REAL RODRÍGUEZ, 2005a: 509)

Junto a la titulación académica se hace necesaria la figura del Colegio profesional, para poder así adquirir la condición de periodista y ejercer esta precisa profesión informativa. Titulación académica y colegiación profesional están estrechamente vinculadas. La colegiación remite de manera indispensable a una titulación determinada, normalmente universitaria, pues su finalidad esencial es la de garantizar a la sociedad que las personas que lleven a cabo la profesión hayan sido convenientemente preparadas. El Colegio profesional acepta a todos aquellos que

demuestran haber superado los estudios académicos requeridos para el desempeño de una profesión concreta. No otorga a capricho la condición profesional. Potestad, repetimos una vez más, que ha de ser vista como una salvaguarda social y nunca como un ataque discriminatorio contra las libertades de expresión, asociación y elección de profesión u oficio. La necesidad de servir a un interés público superior justifica tanto la demanda de titulación como la obligatoriedad de la colegiación (REAL RODRÍGUEZ, 2006: 353). Pero estamos hablando de un Colegio de verdad, de acuerdo a las características y exigencias legales y constitucionales que se indican para esta clase de corporación de derecho público. No las pantomimas que han constituido Cataluña, Galicia y Murcia, a las que se sumará muy pronto la Comunidad de Madrid²², que no dejan de ser meras Asociaciones profesionales (al sustituir la obligatoriedad de su pertenencia por la simple adscripción voluntaria) con todos los inconvenientes e inseguridades que de ello se deriva para realizar las funciones colegiales en su debida forma y medida. Se desnaturaliza el sentido colegial, cuya figura está siendo peligrosamente suplantada²³. El periodista así definido, por la titulación académica específica y la colegiación obligatorias, se alza como el único indicado para asumir las tareas propiamente periodísticas y el sujeto sobre el cual han de recaer los derechos, deberes y responsabilidades que se desprenden del ejercicio profesional que lleva a cabo (REAL RODRÍGUEZ, 2006: 341)²⁴.

²². La Asociación de la Prensa de Murcia, precursora del Colegio de Periodistas de esta Comunidad Autónoma, quiso inicialmente instaurar la colegiación obligatoria y establecer la titulación académica específica en Periodismo como única forma de acceso posible al Colegio y al ejercicio de la profesión, tras superarse un periodo transitorio en el que se aceptarían además dobles y triples vías. Sin embargo, esto hubiera dado lugar a la existencia de dos clases de colegios profesionales en el campo periodístico: los propiamente dichos y los que amparados bajo una legalidad que vulneran (¿se puede encontrar mayor incongruencia?) se denominan y *operan* como tales. Las diferencias hubieran sido ostensibles, no sólo en lo que se refiere a la obligatoriedad o no de pertenencia para ejercer como periodista, sino también en lo relacionado a la titulación académica exigida para ello (ya que no todos los Colegios abogan por las mismas, véase REAL RODRÍGUEZ 2003 y 2006). Esto hubiera desencadenado discriminaciones que no convenía infravalorar, amén de haber creado una seria dificultad en relación con la libre circulación de profesionales en territorio nacional. ¿Cómo se las hubiese ingeniado el futuro Consejo General de Colegios de Periodistas de España –que pronto verá la luz– para actuar y hablar con una sola voz? La polémica estaba servida. Finalmente, la presión política surtió los efectos deseados y el anteproyecto de ley fue modificado para crear otro nuevo “Colegio” voluntario. Madrid, en cambio, a través de la Asociación de Periodistas de esta Comunidad, ya ha anunciado que se acogerá al modelo de la libre colegiación. Andalucía y País Vasco, desean igualmente recuperar sus encuentros con los Gobiernos autónomos correspondientes para buscar un nuevo impulso en la creación de un Colegio de Periodistas, pero no han manifestado todavía –al menos oficialmente– cual será su postura: si retomar el intento de Murcia o claudicar igualmente siguiendo los pasos de Madrid. En 2006, la Comunidad Autónoma de las Islas Baleares tuvo que renunciar a constituir un Colegio de adscripción obligatoria para los periodistas. Claro que en este caso se pretendía sacar adelante un híbrido colegial de periodistas y publicitarios y relaciones públicas (ya que allí existe una asociación profesional conjunta). Un despropósito corregido y aumentado. La profesora Elena REAL abogó entonces por la fórmula de dos Colegios separados. Finalmente, sólo salió adelante el Colegio Oficial de Publicitarios y Relaciones Públicas, siguiendo la estela ya iniciada por Cataluña y Valencia, que no tienen ningún complejo en apostar sin ambages por su condición obligatoria.

²³. Los Colegios profesionales no son como afirman sus detractores caducos residuos del pasado, símbolos de los intentos del Gobierno de controlar la sociedad civil, sino todo lo contrario: el instrumento jurídico adecuado para proteger la indispensable autonomía de los profesionales frente al poder político, los partidos políticos y los grupos económicos y empresariales.

²⁴. Al tiempo que supera las contrariedades y absurdos de una descripción basada únicamente en la idea del Periodismo como simple actividad. Véase REAL RODRÍGUEZ, 2003 y 2006.

Afortunadamente, la figura del periodista lejos de desaparecer o resultar prescindible en esta nueva realidad digital se hace más ineludible que nunca. “Siempre serán necesarios profesionales que administren con eficacia y honradez el derecho a la información de los ciudadanos. Los públicos siempre necesitarán intermediarios capaces de investigar la realidad y difundirla. Las bases de datos no pueden reemplazar a los periodistas. Ni siquiera la posibilidad del acceso directo de los usuarios a las fuentes y archivos documentales quebrará la necesidad de contar con profesionales eficaces que filtren, seleccionen y den forma a los mensajes” (PARRA y ÁLVAREZ, 2004: 143). De similar parecer son VERÓN LASSA (2006: 219), BECERRA NAVARRO (2005: 5-6), y DÍAZ NOCI y MESO AYERDI (2006: 7).

6. El Periodismo en entredicho

El Periodismo no parece haber cumplido con su parte del “contrato social”. Los ciudadanos se sienten descontentos y defraudados por unos profesionales y unas empresas que parecen haber modificado los fines que un día iluminaron su quehacer comunitario. El diario on-line *Periodista Digital* justifica las razones que han motivado el repudio de las audiencias:

“... los ciudadanos están rechazando a los viejos medios de comunicación, a los que considera comprados y mediatizados. Como consecuencia, esos medios tradicionales pierden cada día credibilidad y audiencia. De hecho, las investigaciones sociológicas revelan que los consumidores de información están perdiendo la confianza en los periodistas y en los medios a pasos agigantados, porque los consideran al servicio no de la ciudadanía sino del poder y de sus intereses políticos y económicos”.

“Aquella antigua alianza entre periodismo libre y ciudadanía, que nació como una garantía de la democracia, ya ha muerto, porque los medios han cambiado su lealtad al ciudadano por alianzas con los grandes poderes y su servicio a la democracia, a través de la búsqueda y difusión de la verdad, por el servicio a sus aliados y anunciantes, a través de la manipulación y el blindaje informativo.” (*Periodista Digital*, 2006b).

Y aquí radica para MARTÍNEZ MAHUGO (2005: 319) la causa del estallido de una revuelta popular para acceder a los medios y a la información pública y publicada. El Periodismo se degrada preocupantemente, perdiendo la credibilidad y confianza de una audiencia que ante el enojo generalizado ya aboga, como hemos visto, por arrinconar al periodista y ocupar su lugar. Estos son, a modo de síntesis, los grandes males que acechan y en los que incurre actualmente el Periodismo:

– El interés general y público se diluye entre el mayor interés privado de las empresas y poderes que lo manipulan a su capricho, con el único objetivo de instaurar su prevalencia y preeminencia social (los medios de comunicación son canales idóneos para su dominio), y la curiosidad malsana de un público cómplice en una lucha que sólo busca la mayor audiencia para obtener el mayor rédito económico. El Periodismo pierde así su ideal de servicio para instaurarse como un poder hegemónico

con objetivos bastardos, ajenos a los bienes internos que este tipo de comunicación social procura y regenta.

– Las empresas periodísticas (hoy cabría denominarlas como industrias culturales ya que son entidades multi–nacionales y pluri–mediáticas que tienen al Periodismo como otro negocio más) son un apéndice de los poderes políticos, económicos e ideológicos para los que actúan como grandes gabinetes de comunicación en pro de su conveniencia, y supeditándolo todo a una cuenta de resultados óptimos, balances positivos y beneficios garantizados.

– El Periodismo está siendo desplazado por otras formas informativas, que no se conforman con ser ellas mismas sino que quieren instalarse en el espacio propio del Periodismo. La Propaganda ideológica, la Publicidad, las Relaciones Públicas y el Marketing político, por citar los ejemplos más evidentes, están adoptando la forma de Periodismo pero suplantando su fondo, intoxicándolo con sus características propias, que sin embargo resultan ajenas y muchas veces contrarias (por no decir letales) al quehacer periodístico.

– La concentración mediática, aunque la Comisión Europea parece afirmar lo contrario, no es un buen compañero de viaje para el necesario pluralismo informativo. La solución no pasa únicamente –como sostiene la Comisión– en instaurar códigos éticos internos que promuevan la diversidad de opiniones²⁵, sino en lograr mecanismos que hagan realidad la autonomía e independencia de los periodistas, tanto en el seno de sus empresas como en el conjunto de la sociedad.

– El Periodismo independiente no existe como tal. Hoy en día es pura entelequia. Hay demasiados intereses espurios que inciden sobre él. La convergencia audiovisual malogró la libertad y autonomía que la prensa escrita llegó a tener antes de que las empresas se decidieran a participar de las licencias de radio y televisión (esto se originó al abrirse el mercado al ámbito privado). Después vendría la anexión de otras formas rentables de negocio *cultural* (editoriales, imprentas, discográficas, productoras, distribuidoras, operadoras de cable, gestoras de medios, promotoras de publicidad...). La gran inyección económica que se necesita para mantener estos grandes emporios mediáticos nos ayuda a comprender –pero no a compartir– su docilidad y complicidad con los poderes fácticos. Internet puede romper con esta dinámica, pero no nos olvidemos que también son empresas las que hacen posible que los usuarios puedan disponer de este servicio en línea, que reciben de los gobiernos la consabida licencia para operar.

²⁵. Con fecha de 16 de enero de 2007, la Comisión Europea presentó en Bruselas un “Documento de Trabajo de los servicios de la Comisión sobre el pluralismo en los medios de comunicación” [SEC (2007) 32], en respuesta a la preocupación expresada por el Parlamento Europeo y las organizaciones no gubernamentales sobre la cuestión de la concentración de los medios de comunicación y sus efectos sobre el pluralismo y la libertad de expresión. Aquellos que estén interesados en su consultan pueden acceder a una versión en inglés en:

http://ec.europa.eu/information_society/media_taskforce/pluralism/index_en.htm

– Las empresas multimedia abocan al Periodismo a ser un producto rentable. Hay que buscar ante todo la mayor ganancia al menor coste. El buen Periodismo, la calidad informativa, es muy cara. Exige una fuerte inyección en recursos materiales y humanos. Y ese esfuerzo no se ve recompensado con beneficios tangibles a corto plazo. La búsqueda de una mayor eficiencia económica y productiva ha provocado, entre otras cosas, la reducción de gastos e inversión considerables en las redacciones. El número de periodistas ha disminuido drásticamente, las prejubilaciones están a la orden del día, los contratos basura son una constante en el mundo laboral periodístico. La precariedad se ha multiplicado y las condiciones de trabajo ponen en peligro la función social que desempeña el Periodismo. Una misión de la que es copártcipe la empresa y que parece haber olvidado.

– La producción se centra básicamente en formatos baratos que supongan óptimos índices de audiencia. Hay que vender a toda costa, no importa cómo ni con qué. Los rasgos de la anti-información (rumores, chismorreos, medias verdades, espectáculo, sensacionalismo, intromisión injustificada en la vida privada, etc.) se adaptan satisfactoriamente a esta ímproba fórmula, hasta el punto de haber logrado infectar los más impermeables muros de la denominada Prensa seria o de calidad. La información basura está al orden del día. La audiencia tiene un papel favorecedor de esta situación (y una parte de culpa que no podemos infravalorar). Pero no nos engañemos. Esto a la larga termina generando la pérdida de credibilidad y el descrédito del Periodismo y de los periodistas que sucumben a ello.

– El desarrollo tecnológico tiene sus luces y sombras. La instantaneidad, una prerrogativa periodística desde sus inicios, somete la calidad informativa al objetivo de ser los primeros en dar la noticia. La información vive cercada por un ritmo continuo de 24 horas que no deja espacio para pensar y respirar. El periodista no tiene tiempo para contrastar, ni evaluar o reflexionar. Apenas sale a la calle y sus noticias vienen a ser refritos de los boletines de agencias (hechos por otros periodistas que también trabajan al límite) y los dossier de prensa de los gabinetes de comunicación (confeccionados en su mayoría por licenciados en Periodismo que trabajan en el campo de la Publicidad y las Relaciones Públicas). El periodista ya no controla la agenda, ni elige los contenidos, ni jerarquiza la información (REIGOSA, 2007: 20). La consonancia entre los diferentes medios impone un pensamiento único que hace peligrar el pluralismo informativo y el debate democrático (DADER, 2004).

– Estos problemas se agravan cuando el periodista deja de ser víctima y se convierte en culpable. Movidos, unas veces, por un desconcertante afán de notoriedad y otras por ser cumplido hacedor de los intereses de la empresa para la que trabaja, el periodista deja a un lado su papel de informador y se convierte *intencionadamente* en un mero agitador de ideas ajenas. Inventa, tergiversa o falsea los acontecimientos, mezcla descaradamente opinión con información, abusa de las fuentes anónimas, trastoca imágenes, no rectifica, doblega todo al fin buscado sin reparar en la corrección de los medios.

7. A modo de conclusión

¿Qué hacer ante esta situación? El Periodismo es una especie en peligro de extinción y nadie da la voz de alarma. Ante este gris, casi negro, panorama al Periodismo sólo le puede salvar la profesión. Pero la de verdad, la que no encierra trampas, falsedades ni dobleces. La que pretende ante todo el bien general de la comunidad a la que sirve, lejos de entregarse en manos del mejor postor, defendiendo contra viento y marea su labor social frente a todo tipo de presiones, ya externas ya internas, que sólo desean suplantarla por otra más acorde a sus prebendas. Si el Periodismo queda supeditado exclusivamente a los intereses de la industria comunicativa, si su información de claro interés público se transmuta en marketing y propaganda, si el periodista desalmado campea por sus fueros..., poco más queda ya de él salvo un nombre hueco, carente de su valor original. Se mantiene el signifiante, expira el significado. Una burda patraña que muy pocos aciertan a vislumbrar. Triste porvenir el que tenemos ante nosotros, pero al que nos negamos a asistir impávidos. Si queremos que esta situación en la que se encuentra el Periodismo se reconduzca, habremos de empezar a colocar los pilares necesarios. La profesionalidad del periodista no puede desarrollarse si la profesionalización del Periodismo no camina en la dirección adecuada. Empecemos, pues, por reasignar, oportuna y apropiadamente, los papeles que a cada cual corresponden en el proceso informativo-comunicativo. El público-audiencia, qué duda cabe, es el que dota de sentido el trabajo periodístico. Pero sólo el profesional de la información periodística, convenientemente titulado y colegiado, puede estar a la altura de sus exigencias. Unos requerimientos a los que la profesionalización servirá de amparo para su más perfecta realización. No podemos permitirnos un Periodismo sin Periodismo ni periodistas.

8. Referencias Bibliográficas, Hemerográficas y Webgráficas

ALONSO, Juan Francisco

2006: “El público es el nuevo periodista”, en *ABC de las Artes y de las Letras*, 776, 16 al 22 de diciembre, pp. 62-63.

AZNAR, Hugo

2005: *Ética de la comunicación y nuevos retos sociales*. Barcelona, Paidós.

BECERRA NAVARRO, Ana Belén

2005: “El periodista digital: perfil de un nuevo comunicador” (Comunicación presentada al VI Congreso Nacional Periodismo Digital, 20-21 de enero). Disponible en la dirección electrónica: (Consulta: 8/02/2007)

http://www.dosdoce.com/pagina_nueva_88.htm

BELLA, Paloma

2006: “Periodistas 3.0.: de plumillas a activos ciudadanos digitales”, en SABÉS, F. (ed.): *Análisis y propuestas en torno al periodismo digital* (Libro de Actas VII Congreso Nacional Periodismo Digital, 2-3 de marzo). Huesca, Asociación de la Prensa de Aragón, pp. 36-43.

BENITO JAÉN, Ángel

1995.: *La invención de la actualidad. Técnicas, usos y abusos de la información.* Madrid, Fondo de Cultura Económica.

BOWMAN, Shayne y WILLIS, Chris

2005: *Nosotros, el medio. Cómo las audiencias están modelando el futuro de las noticias y la información.* (Traducción de Guillermo Franco M.). The Media Center/American Press Institute. Edición electrónica a cargo de J.D. Laica. Disponible en: <http://www.hypergene.net/wemedia/espanol.php>.

CANGA LAREQUI, Jesús

2001: “Periodismo e Internet: nuevo medio, vieja profesión”, en *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 7. Madrid, Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense, pp. 33-48.

CASALS CARRO, María Jesús

2005: *Periodismo y sentido de la realidad. Teoría y análisis de la narrativa periodística.* Madrid, Fragua.

CELIS, Bárbara

2006: “Todos somos periodistas”, en *El País*, 4 de agosto, pp. 43-44.

CEREZO, José M. y ZAFRA, Juan M.

2003: “El impacto de Internet en la prensa”, en *Cuadernos/Sociedad de la Información*, 3. Madrid, Fundación Auna, pp. 3-25.

DADER, José Luis

2004: “Los cinco jinetes apocalípticos del periodismo español actual”, en *Sala de Prensa*, 65. Disponible en: <http://saladeprensa.org/art537.htm> (Consulta: 25/03/2004).

DESANTES GUANTER, José María

2004: *Derecho a la información. Materiales para un sistema de la comunicación.* Valencia, Fundación Coso.

FERNÁNDEZ BOGADO, Benjamín

2002: “Periodistas, ¿para qué?”, en *Sala de Prensa*, 43. Disponible en: <http://saladeprensa.org/art349.htm> (Consulta: 28/05/2002).

GARCÍA-ALONSO MONTOYA, Pedro

2006: “Periodismo digital y periodismo ciudadano”, en SABÉS, F. (ed.): *Análisis y propuestas en torno al periodismo digital (Libro de Actas VII Congreso Nacional Periodismo Digital, 2-3 de marzo)*. Huesca, Asociación de la Prensa de Aragón, pp. 251-262.

GÓMEZ PONCE, Mariela

2006: “¿Somos todos periodistas? Algunas precisiones respecto a los conceptos de periodismo cívico; periodismo público; periodismo de servicio y periodismo conectado”, en VV.AA.: *Nuevos retos de la comunicación: tecnología, empresa y sociedad (Libro de Actas XIII Jornadas de Jóvenes Investigadores en Comunicación, 26-27 de octubre)*. Zaragoza, Universidad San Jorge/Asociación de Jóvenes Investigadores en Comunicación, pp. 699-709.

MARTÍNEZ ALBERTOS, José Luis

2006: *El zumbido del moscardón. Periodismo, periódicos y textos periodísticos*. Sevilla–Zamora, Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

MARTÍNEZ MAHUGO, Sergio

2006: “La influencia del periodismo ciudadano en los medios tradicionales”, en SABÉS, F. (ed.): *Análisis y propuestas en torno al periodismo digital (Libro de Actas VII Congreso Nacional Periodismo Digital, 2-3 de marzo)*. Huesca, Asociación de la Prensa de Aragón, pp. 318-333.

MESO AYERDI, Koldobika

2005: “Periodismo ciudadano: voces paralelas a la profesión periodística”, en *Revista Latinoamericana de Comunicación CHASQUI*, 90. Quito, Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina, pp. 4-15.

MESO AYERDI, Koldobika y DÍAZ NOCI, Javier

2006: “Futuro incierto para el periodismo romántico. Periodistas y consumidores confunden sus roles en el ciberperiodismo” (Comunicación presentada al *IX Congreso Ibercom*. Sevilla–Cádiz, 15–18 de noviembre). Disponible en: (Consulta: 13/11/2006)

<http://www.hapaxmedia.net/ibercom/pdf/DiazNociJavier1.pdf>.

ORIHUELA COLLIVA, José Luis

2003: “Los weblogs ante los paradigmas de la eComunicación: 10 principios del nuevo escenario mediático” (Comunicación presentada al *V Foro de Investigación Europea en Comunicación. La Comunicación: Nuevos Discursos y Perspectivas*. Madrid, 24-26 de noviembre). Disponible en: http://mccd.udc.es/orihuela/foro/orihuela_weblogs_paradigmas.pdf (Consulta: 13/02/2007).

2004: “Weblogs: de la revolución a la consolidación” en *Revista Latinoamericana de Comunicación CHASQUI*, 85. Quito, Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina, pp. 36-41.

OTEGA, Félix (coord.)

2006: *Periodismo sin información*. Madrid, Tecnos.

PARRA VALCARCE, David y ÁLVAREZ MARCOS, José

2004: *Ciberperiodismo*. Madrid, Síntesis.

PERIODISTA DIGITAL (sin firma)

2006a: “La crisis del periodismo tradicional y su descrédito ante el ciudadano”, en *Periodista digital*, 4 de mayo. Disponible en: (Consulta 7/05/2006)

<http://blogs.periodistadigital.com>.

2006b: “Los ciudadanos periodistas”, en *Periodista Digital*, 16 de mayo. Disponible en: <http://blogs.periodistadigital.com> (Consulta 18/05/2006).

2006c: “¿Hace más y mejor periodismo un redactor que un blogger?”, en *Periodista Digital*, 29 de mayo. Disponible en: (Consulta 31/05/2006)

<http://blogs.periodistadigital.com>

2007: “Las conexiones en banda ancha en España se disparan”, en *Periodista Digital*, 2 de febrero. Disponible en: <http://blogs.periodistadigital.com> (Consulta 2/02/2007).

RAMONET, Ignacio

1998: *La tiranía de la comunicación*. Madrid, Debate.

2002: “Los periodistas están en vías de extinción” en *Sala de Prensa*, 46.

Disponible en: <http://saladeprensa.org/art382.htm> (Consulta: 29/09/2002).

REAL RODRÍGUEZ, Elena

2003: *Formación y ejercicio profesional del periodista en la España del siglo XXI dentro del marco de la Unión Europea*, (Tomos I y II). Tesis doctoral, Madrid, Universidad Complutense.

2005a: “La condición de Periodista en la red”, en *Trípodos*, número extra, vol. 1. Barcelona, Facultad de Ciencias de la Comunicación Blanquerna-Universidad Ramón Llull, pp. 505-516.

2005b: “Un intento por clarificar los actos propios del ejercicio periodístico”, en *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 11. Madrid, Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense, pp. 129-151.

2006: “Periodistas sin identidad profesional: puntualizaciones al proyecto para un futuro Estatuto”, en *Ámbitos*, 15. Sevilla, Departamento de Periodismo II- Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla, pp. 333-361.

REIGOSA, Carlos G.

2007: “La actualidad contra el periodismo”, en *Cuadernos de periodistas*, 9. Madrid, Asociación de la Prensa de Madrid, pp. 19-28.

SALAVERRÍA, Ramón (coord.)

2005: *Cibermedios. El impacto de internet en los medios de comunicación en España*. Sevilla, Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

SANTIAGO, Carlos

2006: “Periodistas en vía de extinción: una comprobación lamentable”, en *Sala de Prensa*, 89. Disponible en: <http://saladeprensa.org/art661.htm> (Consulta: 19/03/2006).

SORIA, Carlos:

1991: *La hora de la ética informativa*. Barcelona, Mitre.

VARELA, Juan

2004: “Cambiar para sobrevivir”, en *Cuadernos de periodistas*, 0. Madrid, Asociación de la Prensa de Madrid, pp. 18-32.

2005: “El asalto de los medios sociales”, en *Cuadernos de periodistas*, 2. Madrid, Asociación de la Prensa de Madrid, pp. 20-34.

2006: “El fin de la era de la prensa”, en *Cuadernos de periodistas*, 8. Madrid, Asociación de la Prensa de Madrid, pp. 17-50.

VERÓN LASSA, José Juan

2006: “La revolución digital en la prensa: ¿nuevo periodismo o nuevas herramientas para el periodismo?”, en VV.AA.: *Nuevos retos de la comunicación: tecnología, empresa y sociedad* (Libro de Actas XIII Jornadas de Jóvenes Investigadores en Comunicación, 26-27 de octubre). Zaragoza, Universidad San Jorge/Asociación de Jóvenes Investigadores en Comunicación, pp. 212-225.