

VALORES PROFESIONALES Y PRINCIPALES RASGOS DE SER UN BUEN PROFESIONAL. UNA MIRADA DESDE LA FORMACIÓN DE LOS ESTUDIANTES DE LA COMUNICACIÓN EN LA UNAM

ARACELI NOEMI BARRAGÁN SOLÍS

Facultad de Estudios Superiores Aragón, Universidad Nacional Autónoma de México

RESUMEN: Los valores profesionales y principales rasgos de *ser un buen profesional* es parte de la investigación sobre *Ética profesional de los estudiantes de comunicación de la Universidad Nacional Autónoma de México*, que está en proceso para la tesis de doctorado en Pedagogía, en la Facultad de Filosofía y Letras de la misma institución. Tiene como finalidad de conocer el perfil, los valores profesionales y los códigos de ética periodística a través de la indagación con los alumnos del octavo semestre de la licenciatura en Comunicación de la FES Acatlán, Comunicación y Periodismo de la FES Aragón, y de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, así como abordar la

ética periodística y el análisis de sus códigos a partir de la revisión teórica específica para esta disciplina. A la fecha se han encuestado a los estudiantes de octavo semestre de la licenciatura en las tres facultades. Entre los datos más sobresalientes debemos mencionar que los alumnos han referido con mayor frecuencia los siguientes valores específicos de la carrera: responsabilidad, veracidad, objetividad, respeto y honestidad, de los cuales también dan cuenta los principales teóricos quienes señalan: búsqueda de la verdad, responsabilidad social, independencia y objetividad.

PALABRAS CLAVE: ética profesional, valores profesionales, ética de la comunicación, ética periodística.

El problema de estudio

Ética profesional de los estudiantes de comunicación de la UNAM es un problema que iniciamos con el estudio de la *Ética profesional de los estudiantes, profesores y egresados de la Facultad de Estudios Superiores Aragón*, durante los ciclos escolares 2006-2 y 2007-1, cuyos resultados se presentaron en la tesis de maestría en Pedagogía (2009), actualmente trabajamos sólo los estudiantes pero ampliamos el campo a las tres facultades de la UNAM en donde se imparte la carrera de comunicación y periodismo o comunicación: Facultad de Estudios Superiores Aragón, Facultad de Estudios Superiores Acatlán y Facultad de Ciencias Políticas y Sociales.

El periodista se rige con la ética profesional de su propia disciplina y al mantener una estrecha relación con la sociedad, su desempeño es valorado cotidianamente. Aunque debemos destacar, de acuerdo con Restrepo que “cada profesión tiene sus deberes propios, pero todos tienen una base común: los valores éticos de una buena persona. No se puede pretender formar a un periodista ético si previamente ni se ha formado a un buen ser humano, eso sería como intentar construir una casa en el aire.” (Restrepo, 2004:24). De esta manera, el periodista realizará un ejercicio ético si está formado, desde la universidad, con los valores de su profesión.

La formación profesional del periodista demanda el uso de las nuevas tecnologías con lo que se rompen las barreras geográficas y se logra difundir mayor información y llegar a más receptores. La información viaja de manera inmediata en busca del gran público, exigente pero que a su vez puede ser fugaz, por lo tanto se está en una constante búsqueda de la credibilidad de los mensajes y la permanencia de los receptores. Las mismas críticas y problemas que se deben enfrentar hacen del quehacer periodístico una labor que, cada vez más, fija los comportamientos éticos a partir de sus valores profesionales específicos: decir la verdad, honestidad (Rivers y Mathews, 1992); honestidad, precisión y objetividad (Goodwin, 1998); compromiso con la verdad, responsabilidad social e independencia (Restrepo, 2004); veracidad, objetividad, formación y dignidad de la persona (Vázquez en Videla, 2004).

La tarea cotidiana de los informadores es la búsqueda de la verdad de los hechos “la que el reportero acumula a través de testimonios, de documentos o de su percepción de lo que ocurre, no de otra. Pero ésta no se puede considerar absoluta, definitiva o inmodificable; es una verdad provisional.” (Restrepo, 2004:50) Esa verdad la entendemos como la recuperación de los datos en torno a un acontecimiento, el cual, conforme va avanzando la investigación, se da a conocer con más detalles. Pero ¿quiénes deben ser considerados profesionales de la comunicación y el periodismo? Goodwin señala como periodista a: reporteros, escritores, fotógrafos, editores, directores de periódicos y fuentes que reportan e interpretan la noticia (Goodwin, 1998:13).

Para este conjunto de profesionales el cumplimiento de los valores éticos depende finalmente del compromiso que en tal sentido tengan o pueda tener cada informador. “El periodista representa una figura muy importante: el verdadero, y único testigo en la mayoría de los casos, de los acontecimientos... es un privilegio, pero, sobre todo, supone la responsabilidad de ser fiel transmisor... no debe brillar por lo que ofrece, sino por cómo lo

ofrece” (Echaniz y Pagola, 2004:125). La tarea no es que se limite al seguimiento de los hechos. ”Eso es precisamente lo que la norma de la precisión quiere decir: ser confiable tanto al recabar la noticia como al presentarla; no mintiendo, no plagiando.” (Goodwin, 1998:22).

Bajo la mirada crítica de la sociedad y ante el compromiso social, adquirido por estos profesionales, es fundamental impulsar la preparación profesional desde las universidades. “El periodista debe salir de las facultades perfectamente pertrechado para la actividad profesional en la que se van a ver inmersos, y en ese punto, la formación ética es básica” (Videla, 2004:12).

Objetivos:

- Conocer la formación en ética profesional que tienen los estudiantes de Comunicación y Periodismo, de la FES Aragón; de Comunicación, de la FES Acatlán y de Ciencias de la Comunicación, de la FCPyS, de la UNAM.
- Conocer los valores profesionales de los estudiantes de las tres licenciaturas en comunicación, al término de su formación.
- Conocer la opinión de los estudiantes de las tres licenciaturas respecto a “*ser un buen profesional*” de comunicación o comunicación y periodismo.

Preguntas de investigación

1. ¿La ética profesional debe ser parte de los planes y programas de estudio en las licenciaturas en comunicación de la UNAM?
2. ¿Cuáles son los valores profesionales de los estudiantes de comunicación de la UNAM, al finalizar su formación?
3. ¿Cuáles son los rasgos de «*ser un buen profesional*» de la comunicación y el periodismo, desde la opinión de los estudiantes de esta carrera en la UNAM?

Estrategia metodológica

- Es una investigación de corte analítico-descriptiva.

- La primera etapa de la investigación consta de la revisión y análisis teórico respecto al tema sobre ética profesional del periodista, sin embargo recurrimos a textos sobre ética general de las profesiones y ética profesional, específicamente para esta parte de la investigación se han revisado las investigaciones de la Dra. Ana Hirsch Adler (2006, 2007, 2008 y 2009), en ética profesional del periodista Echaniz y Pagola (2004), Darío Restrepo (2004), Videla Rodríguez (2004).
- Se han recuperado algunos resultados de la investigación que realizamos en la Maestría en Pedagogía sobre *Ética profesional de los estudiantes, profesores y egresados de la licenciatura en Comunicación y Periodismo de la FES Aragón, UNAM*, con la finalidad de presentar los antecedentes inmediatos al tema.
- Se diseñó un instrumento cuestionario conformado por tres rubros: Perfil, valores profesionales y códigos de ética periodística.
- Las preguntas en el rubro del perfil son: sexo, edad, semestre, si es alumno regular, quién sostiene sus estudios y si realiza alguna actividad remunerada.
- En las preguntas respecto a los valores profesionales se indaga respecto a cuáles son los principales valores que recibieron durante su formación profesional, cuáles consideran que son los principales valores en el ejercicio profesional, así como los que definen a la carrera. Se cuenta con la pregunta clave, a partir de los aportes de la Dra. Hirsch, en torno a los cinco rasgos de *“ser un buen profesional”* de la comunicación o de la comunicación y el periodismo. Por otra parte, con base en los estudios del Dr. Pedro Canto, consideramos preguntar en torno a las *“acciones no éticas”* de los profesionales de esta disciplina en ejercicio, de los estudiantes desde un punto de vista personal, respecto a sus compañeros y profesores, lo cual forma parte del mismo rubro de valores profesionales.
- En torno a los códigos de ética periodística se les cuestiona si conocen alguno y que señalen cuál, que refieran su opinión acerca de los derechos y obligaciones que pudieran regular los códigos y se cierra el instrumento con la pregunta respecto a si considera que debería existir una asignatura obligatoria de ética profesional y sus contenidos.
- Se aplicó el instrumento, en grupos, a 125 alumnos de Comunicación y Periodismo de la Facultad de Estudios Superiores Aragón, 75 de Comunicación de la Fa-

cultad de Estudios Superiores Acatlán y 105 alumnos de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, durante el ciclo escolares 2010-2, que cursaban el octavo semestre.

Resultados

Los resultados son parte de la primera etapa de la investigación, por lo tanto se presentan los perfiles de los tres sujetos en estudio. En cuanto a los datos respecto a los valores profesionales se presentan en orden de frecuencias, tanto los valores como los rasgos especificados por los alumnos encuestados en las tres facultades de la UNAM, en donde se imparte la carrera de Comunicación y Periodismo o Comunicación: Acatlán, Aragón y Ciencias Políticas y Sociales.

En Facultad de Estudios Superiores Acatlán se encuestaron 75 alumnos de octavo semestre, en ambos turnos, de los cuales 72% son mujeres y 28% hombres. Las edades registradas oscilan entre los 20 y 28 años de edad. La mayoría está entre los 21 y 23 años. De 21 años el 28%, de 22 años el 29% y de 23 años el 33.3%. La mayoría manifestó ser alumno regular, lo que corresponde al 88% frente al 12% que dijo no serlo. En cuanto a quién sostiene sus estudios, señalaron a los padres en el 48% de los casos, solo el padre 20% y la madre 8%, cuentan con beca el 4%. Al cuestionarles sobre si realizan alguna actividad remunerada el 42.6% señaló que sí, ante el 56% que dijo no contar con un ingreso. Quienes trabajan y están haciendo alguna actividad relacionada con la carrera son el 9.3%.

Respecto a los valores que recibieron durante su formación, se registraron en las frecuencias más altas, consideradas con más del 20%: responsabilidad 50.6%, respeto 42.6%, honestidad 34.6%, ética 20% y veracidad 20%. Con frecuencias intermedias, que van del 4% a menos de 20%, indicaron: objetividad 18.6%, Tolerancia 17.3%, cooperación 13.3%, colaboración y trabajo en equipo 12%, conocimientos y preparación 12%. Con resultados iguales está credibilidad, imparcialidad, informar, lealtad y justicia 4%, en cada caso. En las frecuencias menores a 3% se registraron humildad, congruencia y servicio a la comunidad.

Con relación a los principales valores en el ejercicio profesional, según las frecuencias mayores, señalaron: responsabilidad 37.3%, honestidad 37.3%, respeto 33.3%, veracidad 22.6%. Con las frecuencias intermedias están, entre otros: ética 16%, objetividad 16%,

compromiso 14.6%, tolerancia 10.6%, ser crítico 8% y profesionalismo 6.6%. Con las frecuencias menores se indicaron: confiabilidad, honradez, lealtad, sinceridad y credibilidad.

Los datos obtenidos en torno a los cinco rasgos de “*ser un buen profesional de comunicación*”, según las frecuencias más altas son: responsabilidad 50.6%, preparación y saberes de la profesión 34.6%, veracidad 33.3%, objetividad 30.6%, honestidad 29.3%, respeto 28% y ética 22.6%. Con las frecuencias intermedias se encuentran: ser crítico 18.6%, servicio a la sociedad, 17.3%, compromiso, investigación y conocimiento 16% en cada caso, trabajo en equipo y pasión por el trabajo 12% cada uno, libertad 10.6%, entre otros. En las frecuencias menores destacan: humildad, empatía, imparcialidad, audaz y curioso con 2.6% en cada caso.

En la Facultad de Estudios Superiores Aragón se encuestaron 125 alumnos de octavo semestre, en ambos turnos, de los cuales 58.4% son mujeres y 41.6% son hombres. La edad en promedio es de 22 años, lo que significa el 34.4%, le siguen los de 23 años, lo que corresponde al 22.4%, sin embargo las edades oscilan entre los 20 y 29 años de edad. Manifestaron ser alumnos regulares el 82.4% mientras que el 16% dijo no serlo y sólo el 1.6% no señaló. En cuanto a quién sostiene sus estudios señalaron: padre 17.6%, madre 18.4% y padres 36.8%. Cuentan con beca sólo el 2.4%. El 60.8% señaló que no trabajaba frente al 39.2% que dijo que realiza alguna actividad remunerada. Respecto a quienes sí laboran, se obtuvo que el 16% desempeña alguna actividad relacionada con la carrera.

Los valores que recibieron durante su formación, señalados con las frecuencias más altas, son: responsabilidad 44%, honestidad 36.8%, objetividad 26.4%, respeto 26.4%, ética junto con ética profesional 21.6% y veracidad 20%. En las frecuencias intermedias se encuentran, entre otros: tolerancia 17.6%, puntualidad 7.2%, crítico 6.4%, investigador, compromiso y preparación 6.4%, profesionalismo 5.6%. Con las frecuencias menores señalaron: entrega, libertad, ser analítico y disciplina con 2.4% en cada caso.

Los principales valores que consideran en el ejercicio profesional, con las frecuencias mayores, son: honestidad 36%, responsabilidad 30.4%, veracidad 28%, ética junto con ética profesional 22.4%, respeto 20.8% y objetividad 20%. En las frecuencias intermedias, se encuentran: compromiso 8.8%, tolerancia 7.2%, profesionalismo y sinceridad 5.6% cada uno. Las frecuencias menores las registraron, entre otros: lealtad, creatividad y preparación con 2.4% y servicio a la sociedad, sencillez, eficacia y perseverancia 1.6%.

En torno a los cinco rasgos de *ser un buen profesional de comunicación y periodismo* señalaron: responsabilidad 42.4%, honestidad 36%, veracidad 36%, objetividad 32%, ética conjuntamente con ética profesional 21.6%, respeto 20%. Las frecuencias intermedias están conformadas por: preparación y profesionalismo con 19.2% cada una, conocimiento 16.8%, investigar 16%, compromiso 12.8%, gusto por la carrera 12%, ser crítico 11.2%, creatividad y servir a la sociedad 9.6% cada uno, perseverancia 8.8%, informar 8%, trabajo en equipo 6.4%, entre otros. Con las frecuencias menores destacan: integridad, humanismo, disciplina y eficacia con 2.4%.

En la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales se encuestaron a 105 alumnos de octavo semestre, en los dos turnos. La mayoría son mujeres, lo que corresponde al 84.7% y sólo el 15.2% son hombres. Las edades registradas fueron de 20 a 26 años, las frecuencias más altas son de 21 años el 43.8% y 22 años el 40.9%. Señaló ser alumno regular el 94.2% frente a sólo el 5.7% que dijo no serlo. En cuanto a quiénes sostiene sus estudios señalaron: padre 25.7%, madre 11.4%, padres 42.8%. Cuentan con beca el 7.6%. La mayoría no trabaja, lo que significa el 67.6% frente al 32.3% que sí lo hace, y de éstos sólo el 2.8% realiza alguna actividad relacionada con la carrera.

Los valores que han recibido durante su formación profesional, señalados con las frecuencias más altas, son: responsabilidad 52.3%, honestidad 47.6%, respeto 44.7%, ética 34.2%, tolerancia 33.3%. En las frecuencias intermedias de encuentran: compromiso 14.2%, veracidad 12.3%, profesionalismo 9.5%, compañerismo y puntualidad 8.5% en cada caso. Con las frecuencias menores señalaron, entre otros: igualdad, humanismo, honradez, perseverancia, trabajo en equipo, ser crítico y disciplina 2.8% en cada uno.

En lo que respecta a los principales valores en el ejercicio profesional señalaron con las frecuencias más alta: responsabilidad 47.6%, honestidad 35.2%, ética 33.3%, al igual que respeto 33.3%, tolerancia 26.6%. Las frecuencias intermedias las conforman: compromiso 15.2%, veracidad 10.4%, igualdad y trabajo en equipo 5.7% cada uno, objetividad 4.7%, profesionalismo, integridad y compañerismo 3.8%. Las frecuencias menores son, entre otras: constancia, disciplina, lealtad y puntualidad con 2.8% en cada uno.

Con respecto a los cinco rasgos de "*ser un buen profesional de ciencias de la comunicación*", señalaron con las frecuencias más altas: responsabilidad 53.3%, honestidad 31.1%, ética 28.5%, compromiso 20.9%, ser analítico 20%. Las frecuencias intermedias que destacan son: informar, perseverancia y sencillez 18%, tolerancia 16%, respeto 15.2%, crea-

tivo y conocimiento 14.2% cada uno, veracidad 11.4%, objetividad y culto 10.4%, trabajo en equipo y compañerismo 8.5% en cada uno, beneficiar a la sociedad 7.6%, entre otros. Con las frecuencias menores señalaron algunos como: humildad, congruencia, humanidad, congruencia y competente con 2.8%, en cada caso.

Conclusiones

Los resultados seguirán una nueva etapa de categorización debido a las similitudes y diferencias observadas entre las respuestas de los tres sujetos en estudio. En las frecuencias más señaladas se encuentran los principales valores: responsabilidad, honestidad y respeto, pero también es interesante encontrar los principales rasgos del periodismo: veracidad y objetividad. Logramos identificar y agrupar rasgos como: cooperación, colaboración, trabajo en equipo, servicio a la comunidad o beneficiar a la sociedad, solidaridad y compañerismo que forman parte de los resultados en las tres facultades porque están presentes en el quehacer cotidiano de esta profesión. Al agrupar: conocimiento, preparación, profesionalismo, dedicación, informar, comunicar, investigar, perseverancia, entrega, constancia, creatividad, actualización y cultura, podemos entender el interés del alumnado por adquirir conocimiento en torno a su propia disciplina.

Fuentes utilizadas

- Barragán Solís, Araceli Noemí (2009), *Ética profesional de los estudiantes, profesores y egresados de la Licenciatura en Comunicación y Periodismo de la FES Aragón, UNAM*. Tesis Maestría. Universidad Nacional Autónoma de México- Facultad de Estudios Superiores Aragón.
- Canto Herrera, Pedro, Francesc Imbernón Muñoz, Ana Hirsch Adler y Víctor M. Aguilar Fernández. (2009) *Ética de la universidad: conceptos y enfoques*. Unasletras. Mérida Yucatán, México.
- Echaniz, Arantza y Juan Pagola. (2004) *Ética del Profesional de la Comunicación*. Desclee De Brouwer, España.
- Goodwin, H. Eugene (1998), *A la búsqueda de una ética en el periodismo*, Cuarta edición, Gernika, México
- Hirsch Adler, Ana y Pérez J. (2006) "Rasgos de ser un buen profesional en los alumnos de posgrado. Los casos de la Universidad de Valencia y de la Universidad Nacional Autónoma de México" en Hirsch Adler, Ana (coord.), (2006). *Educación, valores y desarrollo moral. Valores de los estudiantes universitarios y del profesorado*. Volumen I. Gernika, México.
- Hirsch Adler, Ana (2007) "Ética profesional en estudiantes de posgrado. El caso de la Universidad Nacional Autónoma de México", en Chávez, González Guadalupe, Ana Hirsch Adler y

- Héctor Maldonado Willman (coords.) (2007) *México investigación en educación y valores*. Gernika y REDUVAL, México.
- Hirsch Adler, Ana (2008). “Valores básicos que la universidad debería promover en su alumnado y en su profesorado. Los profesores de posgrado de la Universidad Nacional Autónoma de México”, en Hirsch Adler, Ana y Rodrigo López Zavala (coords.) (2008). *Ética profesional y posgrado en México. Valores profesionales de profesores y estudiantes*. UAS, UIP, UAT, UAEM, UACH y UAY. México.
- Hirsch Adler, Ana. (2009) “La investigación sobre ética profesional en profesores de posgrado de la Universidad Nacional Autónoma de México” en Figueroa de Katra Lyle, Ana Hirsch Adler y Susano Malpica Ichante (coords.) (2009) *Horizontes éticos y educación en México*. Gernika, México
- Restrepo, Javier Darío. (2004). *El Zumbido y el moscardón. Taller y consultorio de ética periodística*. Colección Nuevo Periodismo. Fondo de Cultura Económica, México.
- Rivers, William L. y Cleve Mathews (1992), *La ética en los medios de comunicación*. Gernika, México
- Videla Rodríguez, José Juan. (2004). *La ética como fundamento de la actividad periodística*. Fragua, Madrid.