

ÉTICA PROFESIONAL DESDE LA OPINIÓN DE LOS ESTUDIANTES DE COMUNICACIÓN DE LA UNAM

ARACELI NOEMÍ BARRAGÁN SOLÍS
Universidad Nacional Autónoma de México

RESUMEN: Se presentan los avances de la investigación Ética profesional de los estudiantes de las licenciaturas en comunicación de la UNAM, que se realiza para la tesis de Doctorado en Pedagogía, en la Facultad de Filosofía y Letras. El trabajo tiene como finalidad conocer la formación ética profesional de los estudiantes de la Licenciatura en Comunicación y Periodismo, de la Facultad de Estudios Superiores Aragón; de la Licenciatura en Comunicación, de la Facultad de Estudios Superiores Acatlán y de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. Los datos corresponden a los resultados obtenidos a través de una encuesta realizada con estudiantes de octavo semestre de las tres facultades, durante el ciclo escolar 2010-2, en el cual se consideraron tres rubros: perfil, valores profesionales y códigos de ética.

Los avances corresponden al perfil y la primera parte del rubro de los valores profesionales respecto a las preguntas en torno a 1. Los valores profesionales que obtuvieron durante su formación, 2. Los valores en el ejercicio profesional y 3. Los que consideran los principales rasgos de “ser un buen profesional” de la comunicación y el periodismo. En estos resultados destaca: responsabilidad, respeto, honestidad, veracidad y objetividad.

PALABRAS CLAVE: ética profesional, ética periodística, valores profesionales.

Introducción

El interés por realizar una investigación respecto a la formación ética de los estudiantes de las licenciaturas en Comunicación de la UNAM surge a partir de la relevancia que tiene esta profesión en el ámbito social, así como la constante valoración que la misma hace del desempeño periodístico a través del enjuiciamiento y la opinión respecto a sus actividades,

las cuales destacan por su responsabilidad social, búsqueda de la verdad, independencia, así como el conocimiento que se tiene de la profesión. Desde la perspectiva de los alumnos de octavo semestre de Comunicación de la UNAM, los cuales cursaban el ciclo escolar 2010-2, en tres facultades en donde se imparte esta licenciatura, se presentan los principales valores que adquirieron durante su formación, los que definen a su profesión y los rasgos de ser un buen comunicólogo o periodista.

- **Problema en estudio**

Ética profesional de los estudiantes de Comunicación de la UNAM es una investigación muy amplia y aunque en este momento presentamos específicamente los datos obtenidos respecto al perfil de los estudiantes y los valores profesionales, debemos señalar que también se trabaja el problema a partir de: 1. los aportes teóricos sobre ética profesional del periodista, 2. las respuestas que los alumnos de las tres carreras proporcionaron, principalmente en torno a: cuáles son los valores y rasgos de “ser un buen profesional”, las *acciones no éticas* y los códigos de ética periodística en México y otros países.

- **Objetivos generales**

1. 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 y
2. Conocer los valores profesionales de los estudiantes de las tres licenciaturas en comunicación, al término de su formación.

Objetivos específicos

1. Conocer la opinión de los estudiantes de las tres licenciaturas respecto a “*ser un buen profesional*” de comunicación o comunicación y periodismo.
2. Conocer la opinión de los estudiantes de las tres licenciaturas en torno a las “*acciones no éticas*” de un profesional de comunicación o comunicación y periodismo,
3. Identificar los valores profesionales en los códigos de ética periodística de reconocimiento internacional y en México, señalados por los alumnos de las tres carreras.

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?, y
2. ¿Cuáles son los valores profesionales de los estudiantes de comunicación de la UNAM, al finalizar su formación?,

Estrategia metodológica

Se han revisado los estudios de especialistas en ética de la comunicación y el periodismo como: Goodwin (1998), Rivers y Mathews (1992), Echaniz y Pagola (2004), Darío Restrepo (2004) y Videla Rodríguez (2004).

Además de autores sobre ética general de las profesiones y de los códigos de ética.

Se cuenta con la revisión de los trabajos realizados por Anita Cecilia Hirsch y Adler sobre Ética Profesional (2005, 2009).

Se diseñó un instrumento para ser aplicado en grupo con los alumnos de octavo semestre de la licenciatura en las tres facultades, con preguntas abiertas en tres rubros: perfil, valores profesionales y códigos de ética.

El cuestionario se aplicó en grupo de estudiantes de octavo semestre al final del ciclo escolar 2010-2, se inició la captura de los datos en el programa de computación Excel y está pendiente la etapa del análisis a partir de la categorización.

La comunicación y el periodismo en su marco ético

El periodista se rige con la ética profesional de su propia disciplina pues como lo señala Restrepo “cada profesión tiene sus deberes propios, pero todos tienen una base común: los valores éticos de una buena persona”. (Restrepo, 2004:24). El periodista realizará un ejercicio ético si está formado, desde la universidad, con los valores de su profesión, tema en debate a razón de su poca o nula presencia en los planes y programas de estudio universitarios.

En los últimos años, la formación profesional del periodista está demandando conocimientos sobre el uso de las nuevas tecnologías, pues se compite con cantidades ilimitadas de información y se sigue escribiendo bajo la presión del reloj. Se reconoce que gracias al despegue tecnológico, que rompe con las barreras geográficas, el mundo está menos distante pues se conocen los acontecimientos al difundir mayor información en corto tiempo y a más receptores pues la información viaja de manera inmediata en busca de un gran público, que es 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.

El quehacer periodístico es una labor que, cada vez más, fija los comportamientos éticos a partir de sus valores profesionales, entre los que podemos mencionar algunos en los que coinciden los autores: decir la verdad, honestidad (Rivers y Mathews, 1992); honestidad, precisión y objetividad (Goodwin, 1998); compromiso con la verdad, responsabilidad social e independencia (Restrepo, 2004).

El periodista tiene presente que su labor es reportar los acontecimientos, de manera veraz, objetiva y clara, “supone la responsabilidad de ser fiel transmisor...no debe brillar por lo que ofrece, sino por cómo lo ofrece” (Echaniz y Pagola, 2004:125), aunque la verdad en el periodismo “no se puede considerar absoluta, definitiva o inmodificable; es una verdad provisional.” (Restrepo, 2004:50). 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).

Los periodistas son: reporteros, escritores, fotógrafos, editores, directores de periódicos y fuentes que reportan e interpretan la noticia (Goodwin, 1998:13), quienes, ante el compromiso adquirido por el bien común, se enfrentan a la necesidad de prepararse profesionalmente, desde las universidades. Los periodistas deben salir preparados para “hacerle frente a la actividad profesional en la que se van a ver inmersos, y en ese punto, la formación ética es básica” (Videla, 2004:12). De acuerdo con Restrepo “los cursos de ética en las licenciaturas de comunicación y periodismo sirven para comunicar una experiencia y compartir un conocimiento. Sin este acceso del estudiante a lo ético, su estudio se convierte en el solo conocimiento de una tecnología, o sea una comunicación y un periodismo sin alma que, finalmente derivarían hacia un saber deshumanizado y deshumanizante” (Restrepo, 2007:1)

Los principales valores del periodista o los llamados valores universales en esta profesión son: el compromiso con la verdad, la responsabilidad social y la independencia. (Restrepo, 2004:35). Actuar para el bien social es, precisamente, el punto clave del trabajo ético del periodista, se estudia para servir a los otros, se trabaja para el bien común, de ahí que los principios éticos sean un pilar fundamental de la práctica profesional (Videla, 2004:12). Así mismo, en cuanto los principales rasgos de ser un buen profesional de comunicación y periodismo se señalan: ética, objetividad, veracidad, responsabilidad y honestidad (Barragán, 2009: 241)

Los estudiantes de comunicación y periodismo reconocen que su trabajo tiene como fundamento servir a la sociedad de manera responsable, honesta, con respeto y, así mismo, señalan que brindar un bien o servicio es informar y comunicar de manera clara, oportuna y objetiva (Barragán, 2009) Además se saque que para su práctica se demandan lineamientos que le permitirán hacer mejor su trabajo: 1. Delimitar la opinión de la información, 2. No dar nada por sabido, pero exponer lo suficiente para entender los hechos, 3. Evitar el objetivismo ingenuo y simplista e informar con un poco de reflexión, 4. Dar equilibrio y armonía a la información, 5. Informar de las noticias y de la actualidad de temas diversos, 6. Que el informador tenga conocimientos técnicos pero también esté dotado de cualidades y sentimientos de humanidad, 7. Exigir el respeto a la verdad, tanto de quien informa como de quien opina y 8. La objetividad se puede extender a todos los géneros. (Echaniz y Pagola, 2004:64).

Resultados

Lo que a continuación se presenta es parte de la primera etapa de la investigación: el perfil y los valores profesionales, los cuales están ordenados según los descriptores y sus frecuencias.

En FES Aragón se obtuvieron las respuestas de 125 alumnos de una matrícula de 486 estudiantes. En FES Acatlán se encuestaron a 75 estudiantes de una matrícula de 352 alumnos y en Ciencias Políticas y Sociales se encuestaron a 105 alumnos de una matrícula registrada de 543, todos del octavo semestre.

➤ FES Acatlán

En FES Acatlán se encuestaron alumnos en ambos turnos, de los cuales 72% son mujeres y 28% hombres. Las edades registradas oscilan entre los 20 y 28 años. La mayoría está entre los 21 y 23 años. La mayoría manifestó ser alumno regular, lo que corresponde al 88% frente al 12% que dijo no serlo, es decir, estamos frente a una mayoría de alumnos que van al corriente con su generación y que no cursan asignaturas en diferentes semestres.

En cuanto a quién sostiene sus estudios, la mayoría 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%.

En los valores que recibieron durante su formación, se registraron en las frecuencias más altas: 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.

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%. Como podemos darnos cuenta, son muy similares a los valores recibidos y destacan rasgos específicos de la profesión como veracidad y objetividad. 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.

➤ FES Aragón

En FES Aragón, también se encuestaron alumnos en ambos turnos, de los cuales 58.4% son mujeres y 41.6% son hombres, grupos mixtos equilibrados en género. 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. En la mayoría de los casos concluyen la formación universitaria con la edad promedio. Manifestaron ser alumnos regulares el 82.4% mientras que el 16% dijo no serlo y sólo el 1.6% no señaló. Estos datos revelan que casi un 20% de los alumnos está cursando materias en otro semestre o no es de su generación de ingreso. 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.

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 formación periodística destaca la preparación, de ahí que sea trascendental el reconocimiento que los alumnos hagan al respecto y que lo señalen como un rasgo del buen periodismo.

➤ FCPyS

Se encuestaron alumnos en los dos turnos. La mayoría son mujeres, lo que corresponde al 84.7% y sólo el 15.2% son hombres, una característica singular en cuanto a la conformación de los grupos ya que los salones se ven inundados de mujeres en la mayoría de los espacios. 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%. En este caso son los más jóvenes de las tres facultades y también en su gran mayoría señalaron ser alumno regular con el 94.2% frente a sólo el 5.7% que dijo no serlo. En cuanto a quiénes sostiene sus estudios indicaron: padre 25.7%, madre 11.4%, padres 42.8% y cuentan con beca el 7.6%, el porcentaje más alto en los tres casos. 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%, creativo 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%.

Conclusiones

El estudio respecto a la formación ética profesional de los estudiantes de las licenciaturas en comunicación de la UNAM permite asegurar que es muy importante que las nuevas generaciones conozcan el ámbito de la ética periodística, pues desde la formación hasta la práctica se llevan a cabo trabajos que requieren de un comportamiento ético que destaca por sus principales valores y rasgos: búsqueda de la verdad, responsabilidad social, independencia, así como valor, tolerancia, respeto, objetividad, conocimiento de los medios y de las estructuras periodísticas. Cada palabra con la que se puede describir el trabajo profesional tiene como principio la formación universitaria para brindar un bien o servicio a la sociedad.

Para los alumnos de las tres facultades de la UNAM destacan los rasgos de: responsabilidad, honestidad, ética y veracidad, principalmente, lo que significa, que aunque en campus diferentes, la formación es para todos los alumnos.

Bibliografía

- Barragán, A. (2009). *Ética profesional de los estudiantes, profesores y egresados de la Licenciatura en Comunicación y Periodismo de la FES Aragón, UNAM*. Tesis Maestría. FES Aragón-UNAM
- Echaniz, A. y J. Pagola. (2004). *Ética del Profesional de la Comunicación*. Desclée De Brouwer, España.
- Goodwin, H. (1998). *A la búsqueda de una ética en el periodismo*, Cuarta edición, Gernika, México
- Hirsch, A. y J. Pérez-Castro (2005). "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, A. *Educación Valores y desarrollo moral*. Libro I. Valores de los estudiantes universitarios y del profesorado, Ediciones Gernika. México.
- Restrepo, J.D. (2004). *El Zumbido y el moscardón. Taller y consultorio de ética periodística*. Colección Nuevo Periodismo. Fondo de Cultura Económica, México.
- Restrepo, J.D. Ética. Disponible en www.fnpi.org/consultorio/formulario_comentar.asp? 25-junio-2007
- Rivers, W. L. y C. Mathews. (1992). *La ética en los medios de comunicación*. Gernika, México
- Videla, J. J. (2004). *La ética como fundamento de la actividad periodística*. Fragua, Madrid.