

Un intento por clarificar los actos propios del ejercicio periodístico

ELENA REAL RODRÍGUEZ

ereal@ccinf.ucm.es

Universidad Complutense de Madrid

Recibido: 20 de diciembre de 2004

Aceptado: 11 de marzo de 2005

RESUMEN La profesionalización del Periodismo se encuentra en punto muerto. Dos son los requisitos fundamentales sobre los que debe erigirse: la titulación académica específica y la colegiación, ambos con carácter obligatorio. Esto nos obliga a plantearnos seriamente qué es Periodismo, quién es periodista y cuáles son las tareas específicas, con rango de exclusividad, que este profesional lleva a cabo. Este artículo busca respuestas a estas cuestiones que ya no admiten más demora.

Palabras clave: Profesión periodística, Ejercicio profesional

An Attempt to Clarify the Own Acts of the Journalistic Practice

ABSTRACT The professional character of the journalism has reached a deadlock. The fundamental requirements on which it must be set up are two: the specific academic degree and the college membership, both with obligatory character. This forces us to seriously raise what is journalism, who is a journalist and which are the specific tasks, with exclusive rank, that this professional carries out. This article looks for answers to these questions that do not admit more delay any longer.

Keywords: Journalistic profession, Journalism

SUMARIO 1. Introducción. 2. Periodista: profesional de la información *periodística*. 3. Concepto de Periodismo. 4. Delimitación de los actos específicos del ejercicio periodístico. 5. Reflexiones finales. 6. Referencias bibliográficas. 7. Referencias hemerográficas.

¹ Este artículo, revisado y actualizado, es un extracto de la tesis doctoral de su autora titulada: *Formación y ejercicio profesional del periodista en la España del siglo XXI dentro del marco de la Unión Europea* (2 vol.) Universidad Complutense de Madrid. Fue dirigida por el prof. Francisco Vázquez Fernández y defendida el 9 de marzo de 2004 en la Facultad de Ciencias de la Información de la UCM. Obtuvo la calificación de Sobresaliente *cum laude* por unanimidad.

1. Introducción

Vivimos tiempos difíciles para la profesión periodística. A su inconclusa profesionalización, desoyendo su cada vez mayor trascendencia y responsabilidad social, se une ahora una burda y patética maniobra puesta en marcha por sus detractores con el fin de que el Periodismo jamás sea una profesión aunque se la pretenda revestir como tal. Sin duda, es esto último lo que más debe preocuparnos. ¿Cómo se puede establecer una profesión sin señalar primero quiénes son los profesionales y qué es lo que se supone que hacen en su peculiar quehacer laboral? Intentar dar una explicación sobre la identidad y condición de periodista no es, ni mucho menos, “imposible e indeseable” como han llegado a manifestar algunos. Todo lo contrario. En la concepción del Periodismo—profesión es algo tan natural como necesario. Y esto no atenta contra ningún derecho constitucional, como mezquinamente se quiere hacer creer. En cambio, proponer un proyecto de Estatuto Profesional como el que recientemente ha bendecido para su promulgación el Congreso de los Diputados, sí supone un serio ataque a la exigencia de la sociedad de estar asistidos por periodistas cualificados e independientes, entre otros despropósitos que merecen un examen aparte.

Lograr esa mayor capacitación y autonomía pasa, nos guste o no, por la instauración de dos condiciones principales: titulación académica específica y colegiación, ambas con carácter obligatorio². El periodista profesional (apelativo que no deja de ser una elemental redundancia porque el periodista o es profesional o no es periodista), definido a través de la titulación académica específica y consiguiente colegiación, es 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. ¿Y cuáles son esos actos propios que únicamente los periodistas pueden desempeñar? Esta es la cuestión que muchos temen abordar, pero que necesariamente, si queremos seguir profundizando en la construcción profesional del Periodismo y del periodista, estamos abocados a plantear.

2. Periodista: profesional de la información *periodística*

Al periodista se le viene denominando en nuestro país, desde hace ya algún tiempo, como el *profesional de la información*. Y, tal vez, sería conveniente añadir el adjetivo “periodística” detrás del sustantivo información, en la búsqueda de una mayor concreción en el concepto de periodista y de su quehacer específico. Pues, como afirma José María Desantes, el término información por sí mismo resulta un tanto impreciso, y habría más perfiles profesionales que responderían al de profesional de la información:

² El proceso constituyente de cualquier profesión (y no puede ser una excepción el Periodismo) se asienta inexorablemente sobre estos dos requisitos, y difícilmente pueden ir adhiriéndose con el necesario sentido y utilidad los demás elementos característicos del estatus profesional si aquellos no están presentes. De ahí que no se pueda pasar página al tema de la titulación académica específica —como algunos quieren— hasta que no se consiga su completa implantación. Esto es, su exigencia forzosa a todo aquel que quiera ejercer como periodista. Tras la titulación, y merced a ella, la colegiación se erige en el medio más lógico y natural para corroborar la cualificación profesional (que la Universidad ya ha otorgado previamente) y ocuparse de todo lo relacionado con la práctica del periodismo.

“Hay, efectivamente, personas que sin llamarse ni estar consideradas profesionales de la información jurídica ni socialmente, informan. Pensemos en los escritores. [...] Existen, por otra parte, profesionales de otras áreas que tienen por función informar. Es el caso de los funcionarios, más o menos especializados, cuya misión consiste, exclusiva o principalmente, en hacer posible el fenómeno, cada vez más extenso, de apertura de las distintas esferas de la Administración pública y de los diversos organismos internacionales hacia el público. O el de los empleados de determinadas empresas que también informan en los servicios a tal fin establecidos en ellas con diversas denominaciones: servicios de información, de prensa, de relaciones públicas de comunicación, etc.” (Desantes Guanter, 1992: 22)

También los profesionales de la documentación, de la publicidad y las relaciones públicas, y del ámbito de la comunicación audiovisual se quejan de esta nueva monopolización del término “profesional de la información” por parte de los periodistas, y reivindican también su participación en el mismo³. Así pues, para eludir confusiones, sería necesario referirnos al periodista como el “profesional de la información periodística”. No sólo para no confundirlos con estos otros profesionales, sino además para delimitar el tipo de información a la que se refiere el trabajo propiamente periodístico⁴.

Sin embargo, estos otros profesionales de la información no representan para el periodista un serio peligro de intrusismo. Los verdaderos intrusos en palabras de Desantes son “aquellos que, sin cumplir con las condiciones legales para ser profesionalmente informadores, son contratados por las empresas informativas para realizar tareas de información. Los poderes públicos, para evitar problemas que pudieran derivarse de esta situación anormal, decretan, en ocasiones, una especie de amnistía y los convierten en profesionales legalmente hablando por el mero hecho de estar dedicados a informar. De este modo, una situación fáctica delictiva, ilegal o, al menos, ambigua, se convierte en una vía de acceso a la profesión”. (Desantes Guanter, 1992: 22). Esta situación ha de ser suprimida y perseguida en el nuevo concepto del Periodismo como profesión, pues únicamente podrán desempeñar las funciones definidas como ejercicio profesional del Periodismo los periodistas, es decir, los licenciados en Periodismo una vez colegiados en el Colegio Profesional de Periodistas. Por tanto, se hace necesario tratar de precisar cuáles son los actos propios de la profesión.

3. Concepto de Periodismo

El Periodismo es una clase de comunicación colectiva, de índole informativa y opinativa, que se caracteriza principalmente por su actualidad e interés social. La noción de actualidad en el ejercicio del Periodismo implica la puesta en conocimiento de aquellos

³ Aunque, hoy en día, los publicitarios y relaciones públicas, así como los licenciados en Comunicación Audiovisual, prefieren utilizar, respectivamente, los vocablos más amplios de “profesional de la comunicación” y “profesional de la comunicación audiovisual”; mientras que los documentalistas han recurrido a la locución de “profesional de la información científica”, precisamente para evitar equívocos con los periodistas.

⁴ Para la cuestión de los significados de información y comunicación, y la relación entre ambos términos, así como las distintas clases de información que podemos encontrar en el campo de las Ciencias de la Información y de la Comunicación, véase: REAL RODRÍGUEZ, 2003: 453-470.

hechos del tiempo presente que resultan más relevantes, que atraen la atención de los públicos en un momento dado. El afán por lograr una rápida respuesta a la necesidad de saber acerca de la realidad social, del mundo que nos rodea, ha constituido, desde sus orígenes, la razón principal del Periodismo⁵. Como señala Ángel Benito, “el periodismo, para ser tal y ofrecer un servicio a la sociedad, no ha de hacer otra cosa que proporcionar al público información de aquella parte más sobresaliente de la Universalidad, que es la Actualidad, mediante la difusión periódica y en función de la proximidad que se da siempre entre los hechos y los hombres”. (Benito Jaén, 1995: 16-17). La noticia es el contenido fundamental de la actualidad que trasladan los periodistas a los públicos:

“La noción primera de noticia es conocimiento elemental. De ahí que, dar una noticia, no sea más que proporcionar a otros una referencia sumaria de algo. El oficio, hoy profesión, de dar noticias –de hacer partícipe a un público de un mensaje, de un saber relativo a cualquier campo de la realidad, mediante noticias de hechos o de comentarios de esos hechos–, es el propio de los periodistas: unos profesionales técnicamente especializados para informar de la realidad a los demás a través de cualquiera de los medios de comunicación social, singularmente la prensa, la radio y la televisión” (Benito Jaén, 1995: 94)⁶

El periodista es así el encargado de interpretar la realidad social “para que la gente pueda entenderla, adaptarse a ella y modificarla” (Gomis, 1991: 35). Y su trabajo, como indica Martínez Albertos, está vinculado inexorablemente a la noticia:

“El periodista es un ser para la noticia. Lo cual resulta a la postre rigurosamente cierto porque el periodista alcanza los objetivos públicos encomendados por la sociedad únicamente por medio del cultivo y elaboración de ese producto cultural llamado noticia. Sin noticias no existe derecho a la información, ni libertad de prensa, ni periodistas” (Martínez Albertos, 1997: 46).

En el campo de las Ciencias de la Información y de la Comunicación existe una abundante literatura en torno al concepto de noticia. De entre las múltiples definiciones existentes, entresaco dos –una de Martínez Albertos y otra de Dovifat– por cuanto me parecen suficientemente completas y representativas de las características principales que encierra este término. Para Martínez Albertos noticia “es un hecho verdadero, inédito o actual, de interés general, que se comunica a un público que puede considerarse masivo, una vez que ha sido recogido, interpretado y valorado por los sujetos promotores que controlan el medio utilizado para la difusión” (Martínez Albertos, 1992: 45). Dovifat, por su parte, entiende que las noticias “son comunicaciones sobre hechos nuevos surgidos en la lucha por la existencia del individuo y de la sociedad. La noticia deberá ser: a) de utilidad y valor para el receptor; b) nueva, es decir, recientemente transmitida; c) comunicada a través de un tercero y, por consiguiente, expuesta a la influencia subjetiva de éste. Esta influencia que abarca desde el error inconsciente hasta la orientación

⁵ La actuación de los medios de comunicación y el cometido social que, a través de ellos, realiza la profesión periodística resultan determinantes para la construcción y el desarrollo de las sociedades democráticas actuales.

⁶ Hoy en día Internet también se ha configurado como un medio más para trasladar el mensaje periodístico. Benito indica que esta primera noción de noticia ha de referirse igualmente a la noticia gráfica: impresa, filmada y televisada.

consciente de la misma, está destinada a provocar en el receptor una determinada orientación decisiva” (Dovifat, citado por Romero Rubio y Real Rodríguez, 1997-1998).

Emil Dovifat, con esta definición, ya da por descontado el problema de la objetividad y subjetividad de la noticia. Dovifat marca los tres factores o rasgos básicos en los que se sostiene la noticia y en los que se apoyan la mayor parte de las definiciones hechas sobre la noticia: utilidad, que podría asimilarse de alguna manera con el término de interés, en el sentido de que una cosa nos interesa en cuanto es útil, es decir, que tiene algún valor para nuestra vida; novedad, ya que la noticia es algo nuevo o simplemente desconocido, y por tanto interesante y novedoso; y por último, respondiendo a esta utilidad, interés y novedad, la noticia ha de ser comunicada. El periodismo es un servicio a la sociedad, y como tal el bien que procura (la noticia) tiene un destinatario que puede considerarse masivo. “Dicho de otra manera, la noticia periodística tiene necesariamente vocación de ser proyectada hacia audiencias cuantitativamente importantes” (Martínez Albertos, 1997: 47). Amplia circulación y público masivo son notas características de la noticia periodística⁷.

La palabra noticia expresa el contenido más común y generalizado de los instrumentos de información contemporáneos –especialmente la prensa, la radio y la televisión–. Es el mensaje que el periodista construye para transmitir a los públicos el conocimiento de todo lo interesante, útil y novedoso que acontece. El trabajo periodístico requiere así saber cómo encontrar información, cómo evaluarla y analizarla, y por último saber cómo comunicarla de manera idónea y adecuada a las necesidades del público. Para Jesús Canga la tarea de un periodista se centra de este modo en “la recogida, selección y tratamiento de la información para hacerla llegar al público de acuerdo con unas normas de calidad, veracidad y honestidad profesional. La aplicación rigurosa de estos criterios es lo que diferencia a un verdadero profesional de un simple aficionado” (Canga Larequi, 2001: 42). Recordemos asimismo la definición objetiva del ejercicio periodístico propuesta por Enrique de Aguinaga:

“Es ejercicio periodístico, en términos generales, la actividad dirigida a la obtención, elaboración, interpretación y difusión de noticias y opiniones destinadas al público, así como el asesoramiento en aquellas materias, siempre que se realice con dedicación profesional, que exija los conocimientos y técnicas proporcionados específicamente por las Facultades de Ciencias de la Información” (Aguinaga, 1980: 214-215)⁸

4. Delimitación de los actos específicos del ejercicio periodístico

Para abordar la espinosa cuestión de los actos específicos de la profesión, partimos del

⁷ La especialización –que limita el contenido de la noticia y por tanto su difusión– no siempre ocasiona la pérdida de la condición de comunicación masiva, en el contexto periodístico en el cual nos movemos. Este es el caso de la prensa deportiva, económica..., o de las revistas de moda, decoración, cine, viajes, jardinería, etc., que sirven a intereses individualizados pero generalmente difundidos. Este formato, que se ajusta más al ámbito de la prensa escrita, también puede adoptarse en radio, televisión e Internet. Asimismo, la interactividad que puede lograrse hoy en día a través de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, potencia la denominada “información a la carta” o “personalización de contenidos” que, en principio, tampoco parece alterar el requisito de amplitud de las audiencias de los medios de comunicación.

⁸ El subrayado es mío. Hago hincapié en dos elementos de la definición que sirven para delimitar el punto de partida: la profesionalidad y la vinculación con un público amplio a través de un medio de comunicación.

razonamiento siguiente: sólo a los periodistas, como profesionales de la información periodística, les corresponde la labor de dotar de contenidos periodísticos a los diferentes medios de comunicación (prensa, radio, televisión, cine e Internet)⁹. Conviene, como recomienda Canga, no confundir medio o soporte con profesión, pues se corre el riesgo de caer en confusiones que propician discusiones sin sentido que no llevan a ninguna parte e impiden avanzar en el desarrollo profesional. Así le ocurre a Derieux, cuando se pregunta:

“¿Es normal y justo, [...] designar con el mismo nombre de <<periodista>>, sin ninguna otra precisión complementaria o distintiva, y por lo tanto, reconociendo los mismos derechos y también, normalmente, imponiendo las mismas obligaciones, al cronista político o económico de un gran semanario y al corresponsal local de un diario de provincias? ¿al enviado especial de una gran agencia de información en una capital extranjera, y al especialista en bolsa de un diario económico? ¿al comentarista deportivo de una emisora de radio y al entrevistador de un diario escandaloso? ¿al crítico literario de una publicación especializada y al responsable de la sección culinaria de un semanario femenino? [...] Las distinciones son innumerables. No tienen la misma actividad. [...] No es posible seguir creyendo y haciendo creer que existe un solo periodismo, cuando se trata de ejercer esta actividad en publicaciones cuya periodicidad las hace ya tan diferentes entre sí. Existen, efectivamente, algo más que simples matices entre la naturaleza y las condiciones de realización (y por tanto, del trabajo de los que participan en él) de un diario, de un semanario, de una publicación mensual... Las particularidades se acrecientan si se considera el género o el contenido de las informaciones que se difunden: prensa de información general (que pretende cubrir casi toda la actualidad) y prensa especializada... Las especializaciones son innumerables. Varían de acuerdo con los temas u objetivos (política, economía, social, deportes, educación, moda, cocina, chismografía, crímenes, etc.); de acuerdo con su público (edades, categoría social, niveles de formación, etc.); de acuerdo con el volumen de la publicación, la importancia de la difusión, etc. Dentro ya de una publicación, aparecen también numerosas diferencias en virtud de las especialidades o de las secciones que cubre cada cual; la labor que se realiza, las responsabilidades que se asignan (redactor jefe, cronista, corresponsal, fotógrafo, etc.); la experiencia y antigüedad de cada uno; su condición de asalariado o de meritario. Y siguen poniéndose de manifiesto muchas más diferencias: el volumen de la empresa; su

⁹ Aunque el cine informativo se encuentra en claro retroceso o sumido prácticamente en el más completo de los olvidos, considero que aún así el cine debe seguir formando parte de los medios de comunicación que emplea el periodista para llevar a cabo su trabajo profesional (por si alguna vez resurge cual ave fénix de sus cenizas). Por otro lado, nótese que he empleado la expresión “contenidos periodísticos” y no “contenidos mediáticos”, pues no todo lo que se difunde a través de los medios de comunicación es información periodística y, por tanto, tarea que debe ser exclusivamente encomendada a un periodista. El contenido periodístico por excelencia, como hemos visto, es la noticia. Pero ese contenido general “que consiste en narrar los hechos, describir los escenarios, personas y demás circunstancias que se dan cita en ellos y orientar acerca de esos hechos con las propias opiniones de los periodistas o con las opiniones que tales acontecimientos merecen a personas singulares, a grupos sociales o a la sociedad en su conjunto” (BENITO JAÉN, 1995: 93), adopta una técnica informativa u opinativa distinta, un género periodístico adecuado al hecho o comentario que va a ser comunicado. La necesidad de diferenciar lo propiamente informativo de lo estrictamente opinativo, propició en su momento la adopción de dos tipos distintivos de géneros periodísticos: informativos (noticia –que también existe como género informativo de primer nivel–, reportaje objetivo –de acontecimiento, de acción, citas o entrevista y corto o de seguimiento–, reportaje interpretativo o en profundidad, y crónica), y persuasivos o de opinión (editorial, suelto, columna, artículo y crítica). Estas modalidades sufren, como es lógico, cambios en función de su adaptación al medio de comunicación de que se trate, aunque invariablemente ha de persistir la separación entre el hecho en sí mismo y el comentario que suscita. Los géneros informativos siempre han de ser realizados por periodistas, y los de opinión bien por periodistas bien por colaboradores.

zona de difusión; el hecho de trabajar en una agencia, en la prensa escrita, en la radio, en la televisión, etc. Podría afirmarse que, en realidad, no hay nada en común, ni en lo que son, ni en su actividad, ni en el concepto que tienen de ella, ni en la forma de realizarla, ni en las responsabilidades, ni en sus circunstancias. Periodismo, ¡cuántas actividades se realizan en tu nombre! [...] Existe una gran diversidad. Posiblemente sería más exacto hablar de periodismos que de periodismo; o, mejor aún, designar con nombres diferentes a unas actividades que no tienen gran cosa en común entre ellas, haciendo lo mismo con los que las ejercen” (Derieux, 1983: 166-172)

En similar reflexión incurren Diezhandino, Bezunartea y Coca que, tras defender la necesidad de una formación universitaria específica para el periodista, se cuestionan acerca de su completa viabilidad y abogan por una flexibilidad en el acceso a los medios de comunicación para determinadas funciones y puestos:

“Sin pretensión por nuestra parte de entrar en una discusión que consideramos marginal por trasnochada y acaso cegada de principio, entendemos que la defensa a ultranza del título no es paso previo a la defensa racional de la Facultad. Que no se discute la necesidad de una sólida formación universitaria, la garantía de una licenciatura en Ciencias de la Información, sino la flexibilidad de acceso a un medio de comunicación, que, no cabe olvidarlo, es una industria con ánimo lucrativo además de un servicio público. Tal vez no se trate tanto de aludir al sempiterno derecho de Libertad de Expresión —una falacia, por cuanto sirve como argumento para todo— como a la realidad del mercado de la información, variopinto hasta el punto de llamar periodista tanto al presentador de un programa de entretenimiento—espectáculo; al regidor de un programa de variedades, el paparazzi vividor del rumor y el cotilleo, el portavoz de un Ministerio o una multinacional —gabinete de prensa— vendedora de imagen; tanto, decimos, como al experto divulgador de temas científicos y al reportero, al informador del día a día, el verdadero periodista, el intérprete de la realidad cotidiana... ¿Quién puede defender la existencia de intereses comunes entre prácticas tan diversas?, ¿qué título es capaz de ofrecer programa coherente para tal diversidad de opciones?. En todo caso, habría que decir a qué puestos, y en qué medios, cabe limitar la entrada a los que dispongan de la titulación específica” (Diezhandino, Bezunartea y Coca, 1994: 42-43)

Es evidente que tales razonamientos evocan los absurdos y disparates propios de una concepción del Periodismo basado únicamente en el ejercicio. Y es este planteamiento, precisamente, el que origina semejante desatino al abordar la cuestión de la condición de periodista. La confusión es clara al comparar la labor del informador con la del simple colaborador de opinión o publicista¹⁰ —que puede ser o no periodista—, pero se agrava al equipararlo además con la figura del comunicador, del oportunista sin escrúpulos¹¹, o incluso con el papel característico de las relaciones públicas¹². Craso error, pues, el tomar por periodista a todo aquel que sale o emplea para su quehacer *profesional* un medio de comunicación.

¹⁰ El Diccionario de la Real Academia Española (DRAE) recoge como tercera acepción para este término la de “persona que escribe para el público, generalmente de varias materias”.

¹¹ Me refiero, por ejemplo, al paparazzi vividor del rumor y el cotilleo, o al entrevistador de un diario escandaloso. Es obvio que ni estos perfiles “profesionales” son propios de un periodista, ni estos formatos mediáticos constituyen un tipo aceptable de Periodismo.

¹² Al que el DRAE en su vigésimo segunda edición otorga ya el nombre de relacionista.

Por otro lado, es una equivocación pensar que el periodista que trabaja en el ámbito de la prensa escrita es diferente al que lo hace en la radio, o en la televisión, o en una agencia informativa o, incluso, en un periódico electrónico. Y no sólo porque hoy en día el denominado periodista multimedia comienza a ganar protagonismo. Del mismo modo, tampoco conviene hacer distinciones entre el periodista que trabaja, por ejemplo, en la prensa de información general respecto al que lo hace en la prensa especializada (deportiva, económica, local y regional, gratuita, cultural...). O, dentro de un mismo medio de información general, entre el que se ocupa de las noticias de internacional y el que, en cambio, lo hace en la sección de sociedad; o entre el director y el redactor de primera categoría. No se trata de un Periodismo divergente ni de un periodista desigual. De este parecer es el ya citado Jesús Canga que no comparte la instauración de un nuevo periodismo digital, y, como ya apuntáramos, recomienda para evitar estos espejismos tener claro la diferenciación entre profesión, medio y soporte:

“Debemos tener muy claro que <<periodismo>> o <<periodista>> son términos que definen una profesión, mientras que el término <<digital>> define un soporte. Así pues, hay que concluir que sólo hay un Periodismo, con mayúsculas, y, por lo tanto, un Periodista, también con mayúscula. De lo contrario corremos el riesgo de confundir medio o profesión con soporte. [...] En efecto, el soporte o la herramienta utilizada para trabajar sobre el soporte no son más que instrumentos al servicio de una determinada profesión. Por eso no es aceptable pensar que un escultor se convierte en cantero cuando trabaja la piedra, o en metalúrgico cuando trabaja el metal; sigue siendo un escultor con independencia del material que utilice para su trabajo. Hace ya tiempo que se superó una discusión similar cuando se hablaba de periodistas de prensa, periodistas de radio o periodistas de televisión. Las diferencias quedaron zanjadas cuando se admitió, desde mi punto de vista acertadamente, que no existían diferentes tipos de periodistas sino que lo que existen son tareas específicas en función de a qué medio se apliquen y, así, por ejemplo, cambian las estructuras redaccionales, la forma de enfocar la noticia, su longitud y tratamiento, etc., pero no la profesión” (Cangas Larequi, 2001: 41).

El periodista independientemente del medio o soporte y, dentro de éste, del ámbito de la realidad en la que se centre su trabajo, es decir, de la especialidad o contenido temático que aborde¹³, comparte siempre la misma función de informar a los públicos con veracidad de la existencia del tiempo presente que les rodea. Esta misión esencial, que para la sociedad lleva a cabo el profesional de la información periodística, no cambia por razón del medio de comunicación que emplee, únicamente se altera en función de ello la forma o modo que requiere para ejercer su cometido. Enfoquemos la cuestión de modo inversa a como la han hecho Derieux, Diezhandino, Bezunarte y Coca. ¿Qué tienen en común el reportero de un programa informativo de una cadena de televisión generalista con el redactor de un periódico local? ¿Y el editor de un telediario con el jefe de la sección de fútbol de un periódico deportivo de tirada nacional? ¿Y el corresponsal de una cadena de radio en una ciudad extranjera con el redactor de una agencia informativa especializada en

¹³ Que puede abarcar cualquier aspecto de la actividad humana.

el campo científico? ¿Y el *proveedor de contenidos*¹⁴ de un periódico digital con el enviado especial de un diario de información general a la última cumbre europea de jefes de gobierno? La respuesta es bien sencilla: todos son periodistas y llevan a cabo su deber de informar al público. Sin distinciones de medios, soportes, responsabilidades o puestos, todos colaboran conjuntamente en el proceso informativo–comunicativo que implica la actividad periodística, es decir, la ya mencionada búsqueda, selección, valoración, interpretación y difusión de noticias y opiniones destinadas al público.

Ahora bien, si planteamos otro tipo de preguntas tales como: ¿qué tiene en común el fotógrafo de una gran agencia informativa de corte generalista con el documentalista de una cadena de televisión regional? ¿Y el maquetador de un diario de información general con el realizador de un noticiario en una cadena de radio local? ¿Y el infografista de un periódico electrónico con el productor de una programa televisivo sobre jardinería en una cadena digital y visible a través de una plataforma de televisión vía satélite? ¿Y el traductor de una agencia informativa especializada en información económica con el cámara de un programa de reportajes informativos de una cadena de televisión regional? La respuesta es bien diferente a la que dábamos anteriormente. Estas funciones pueden ser llevadas a cabo por licenciados en Periodismo si están cualificados para ello, pero no necesariamente. Por cuanto no se trata de tareas específicamente periodísticas, aunque estén estrechamente relacionadas. Pues, qué duda cabe, ayudan al periodista en su cometido esencial de recolectar, presentar y difundir la información de actualidad de claro interés general. De este modo, la defensa que estamos haciendo de que sólo al periodista le corresponde la elaboración de los contenidos periodísticos de los distintos medios de comunicación, no impide la participación de “colaboradores” tanto para las cuestiones del contenido como para lo relativo al continente. Así lo expresé ya hace algunos años:

“Hoy cualquier vía de acceso al ejercicio profesional de la información y de la comunicación que no esté avalada por la exigencia de la titulación académica superior, constituye un caso flagrante de intrusismo inaceptable, por cuanto significaría de competencia desleal contra la responsabilidad intelectual y social de quienes, por vocación y estudios especializados en Ciencias de la Información, están destinados a ser profesionales de nivel superior en el ámbito amplio, diversificado y plural, de la practicidad de la información y de la comunicación, sin que ese <<nivel superior>> de competencia, cualificación y responsabilidad se deba interpretar como desmérito para quienes trabajan en otros niveles de ocupación profesional, absolutamente loables y meritorios, porque también son piezas importantes que resultan de todo punto imprescindibles para ensamblar la operatividad práctica de cualquier estructura informativa: colaboradores, fotógrafos, regentes de talleres, especialistas en infografía, maquetadores, documentalistas, especialistas en *márketing*, realizadores, operadores de cámara, distribuidores de prensa, etc.

¹⁴ Término que ha comenzado a utilizarse de forma insistente en alusión a los periodistas que trabajan en el medio digital. Sin embargo es un calificativo poco original, confuso amén de reiterativo. Pues, ¿qué ha hecho todo este tiempo el periodista sino llenar de contenidos periodísticos los medios tradicionales? Proveedores de contenidos son todos los creativos y hacedores de páginas web en Internet, no sólo el periodista. Este último, conviene repetirlo, únicamente se encarga de los textos clasificados como periodísticos.

Porque si algo ha estado claro en todo momento es que el trabajo global de la información y de la comunicación es, y continuará siendo, el resultado de una conjunción de tareas, saberes y capacidades, armónica y coherentemente ordenadas, en la que deben de ocupar los puestos de mayor especialización, dedicación y exigencia, los titulados por las Facultades de Ciencias de la Información y la Comunicación; quiénes a la hora de informar y de comunicar deberán hacerlo con el mayor grado de competencia, pero también con su equivalencia en responsabilidad y riesgo” (Real Rodríguez, 1997: 266-267).

Sólo un periodista podrá realizar las funciones del reportero, del redactor, del corresponsal¹⁵, del enviado especial, del cronista¹⁶, del editor¹⁷, del jefe de sección, del redactor jefe, del subdirector, del director, del director adjunto¹⁸, del locutor-lector, del presentador o conductor de un programa de noticias o reportajes periodísticos. Los espacios de debates y entrevistas serán dirigidos asimismo por un periodista cuando respondan claramente a un formato periodístico. Hoy en día, la simbiosis información-entretenimiento, el denominado *infotainment*¹⁹, dificulta seriamente la línea divisoria entre periodismo y espectáculo²⁰. El trabajo periodístico autónomo también habrá de ser ejercido únicamente por periodistas. De igual modo, la enseñanza teórica y práctica del Periodismo –al menos en lo que a las materias específicas se refiere– deberá recaer en los licenciados en Periodismo²¹, que una vez colegiados podrán ser reconocidos como periodistas ejercientes. Estos puestos que hemos indicado se ajustan rotundamente con la tarea que desempeña el periodista, por lo que únicamente un periodista podrá ejecutar aquello propio de él, para lo cual existe y es demandado este cometido social. No conviene tampoco pasar por alto que esta correlación de figuras se ajusta a las directrices generales dadas por Aguinaga sobre qué ha de ser considerado ejercicio periodístico:

¹⁵ Puede desempeñar su trabajo en el extranjero o en provincias.

¹⁶ Municipal, político, parlamentario, deportivo...

¹⁷ En un medio audiovisual, es la figura responsable de los contenidos que se difunden. Tras el director de los servicios informativos de la cadena de radio o de televisión, el editor de cada uno de los espacios informativos, es la “cabeza” rectora que decide qué se da y con qué tratamiento. En un medio escrito, el editor es el clásico redactor de mesa, el encargado de recibir, seleccionar, agrupar, clasificar, corregir y titular las noticias que llegan a la redacción por distintas vías: las agencias de prensa, teléfono, fax, correo electrónico, otros medios de comunicación e, incluso, a través de otro periodista desplazado al lugar donde ocurre la noticia. El editor ha venido a sustituir en cierta medida al ya extinto corrector. Sin embargo, cumple una función periodística mucho más compleja que la de aquél, pues, además de corregir los errores de contenido, erratas, sintaxis y faltas de ortografía, el editor reelabora los textos, completándolos con más información si hiciera falta, o reduciéndolos por razón de espacio. Además los puede enriquecer aportándoles datos documentales y, finalmente, los encabeza con un titular preciso, riguroso y bien redactado. Este cargo no debe confundirse con el editor como propietario del medio.

¹⁸ Sustituye interinamente al director en los supuestos de ausencia, enfermedad o cese. Figura distinta al adjunto al director. El adjunto al director es una persona de confianza del director, que realiza tareas encargadas expresamente por éste, quien es, además, el único miembro de la redacción al que da cuenta de su trabajo. A diferencia del director adjunto, carece de capacidad ejecutiva sobre el resto de la redacción. El adjunto al director no tendrá por qué ser siempre periodista. En este caso, los trabajos que el director le asigne no se corresponderán con las rutinas periodísticas propiamente dichas.

¹⁹ “Infotainment, es un acrónimo resultante de la contracción entre *information* y *entertainment*, y la traducción más acertada sería la de <<información como espectáculo>>” (MARTÍNEZ ALBERTO, 1999: 21)

²⁰ Los programas divulgativos (donde el aspecto informativo y noticioso queda relegado a un segundo plano), lúdicos, de variedades, magazines, concursos, *reality shows*, *talk shows*, etc., no entran, en principio, dentro de la clasificación de contenidos periodísticos. Por lo que su “personal” no tendrá que ser necesariamente periodista. Será preciso, por otro lado, que en estos programas se eviten reproducir las tareas exclusivamente periodísticas, como a veces ocurre.

²¹ Y no solamente los doctores en Periodismo, pues hay licenciados en otras carreras que tras superar un doctorado en Periodismo, pretenden hacer creer que ellos también son periodistas, y equipararse con los licenciados en esta disciplina. Esta es otra fórmula de intrusismo inaceptable que no se debería de tolerar.

1. "La información periodística escrita, oral o gráfica, ya sea impresa, radiada, televisada o cinematográfica, tanto en los medios de difusión como en organismos o entidades de carácter público.
2. El empleo en cualquiera de las categorías profesionales, desde director a redactor, en periódicos diarios, revistas de información general y agencias informativas, así como en los Servicios Informativos de las emisoras de radio y televisión y de los noticieros cinematográficos.
3. La corresponsalía en el extranjero o la función del enviado especial con carácter permanente.
4. La corresponsalía de información general en aquellas localidades españolas en que se publique al menos un diario, salvo que, por dificultades para su cumplimiento, se disponga discrecionalmente lo contrario.
5. La asistencia al director en sus funciones periodísticas y la sustitución del mismo en los casos de ausencia, enfermedad, suspensión o cese.
6. La coordinación de la redacción literaria, informativa o gráfica, con responsabilidad ante la Dirección, así como la asignación de trabajos al personal de la Redacción, por delegación del director.
7. La responsabilidad de una sección con la supervisión y coordinación del trabajo de una o más personas de plantilla de Redacción.
8. Los trabajos llamados de <<mesa>> y de <<calle>> de tipo fundamentalmente intelectual, de modo literario o gráfico, que se llevan a cabo normalmente a tarea, dentro de los límites de tiempo que señala la jornada de redactor.
9. La colaboración informativa, considerada como ejercicio libre.
10. Las agregadurías diplomáticas de información.
11. La enseñanza del Periodismo en los centros legalmente autorizados y en materias específicas" (Aguinaga, 1980: 227-230)²²

Los cámaras o reporteros gráficos de prensa serán considerados periodistas y, por tanto, periodistas en ejercicio cuando acrediten el título oficial de licenciado en Periodismo y, al darse de alta en el Colegio de periodistas, justifiquen esta dedicación profesional. Mientras, no podrán ostentar el título de periodista, aunque la tendencia mayoritaria y generalizada tanto en nuestro país como fuera de nuestras fronteras (caracterizada por una concepción del periodismo como simple ejercicio de la actividad), sea la de considerarles tan periodistas como a los redactores o reporteros. Y, por lo tanto, no podrán realizar más mensaje periodístico que el que llevan a cabo con su cámara, y en esta labor siempre estarán supeditados a un periodista. El resto de "colaboradores" como los que hemos citado: documentalistas, infografistas, maquetadores, diseñadores, realizadores, productores²³, montadores, técnicos de sonido, traductores, etc., serán

²²Tal y como se señalará más adelante, no considero que la labor llevada a cabo en gabinetes de prensa o de comunicación pueda ser calificada como ejercicio periodístico, y por extensión tampoco la de las agregadurías diplomáticas de información.

²³ La labor de producción ha de quedar fuera del concepto de ejercicio periodístico, pues esta actividad se refiere más bien a los aspectos técnicos y económicos de los espacios emitidos, sin atender directamente a sus contenidos.

considerados periodistas cuando —al igual que hemos referido anteriormente con los fotógrafos y cámaras—, prueben su licenciatura en Periodismo a través del título oficial; pero no podrán ser distinguidos como periodistas ejercientes, salvo que sumen a estas funciones alguna de las tareas periodísticas ya mencionadas²⁴.

Los colaboradores de opinión (los humoristas gráficos también entrarían dentro de este grupo), tal y como vimos con anterioridad, podrán ser o no periodistas. Cuando detenten el título oficial de licenciado en Periodismo, tras colegiarse podrán adquirir la condición de periodista en ejercicio; pero mientras no demuestren haber realizado los estudios universitarios específicos no podrán llevar a cabo tareas informativas que únicamente les corresponden a los periodistas. En ocasiones muy determinadas y de manera excepcional, debido por ejemplo a la especialización de los contenidos difundidos, el medio de comunicación podrá plantear la contratación de colaboradores informativos que no sean periodistas, pero ello no les conferirá la condición de periodista (que se obtiene a través de la superación de los estudios universitarios de Periodismo y la posterior colegiación en el Colegio de periodistas), y su trabajo consistirá en servir de apoyo a un periodista que no domine con suficiente amplitud una temática determinada, lo cual puede suceder más a menudo de lo que sería deseable, dada la amplia y diversa casuística susceptible de ser transmitida por los periodistas, en función de las necesidades y demandas informativas de los públicos. Se evita así que los no periodistas puedan desempeñar por sí mismos y a su libre criterio labores propiamente periodísticas (para las cuales sólo prepara la licenciatura en Periodismo), sin la supeditación o supervisión de un periodista. De este modo, el denominado Periodismo especializado se nutre de personas especialistas en la materia, pero al mismo tiempo se cierra la puerta a un intrusismo que busca justificarse por la ausencia de periodistas cualificados en estas áreas especializadas²⁵. Asimismo, los medios de comunicación de carácter regional o local, tampoco podrán aducir falta de personal capacitado, es decir, de profesionales de la información periodística, para contratar a quien estimen oportuno y ponerle a trabajar como periodista. Podrán eso sí, si realmente se demuestra esa insuficiencia (los periodistas se muestran a veces reacios para trabajar en ciudades o municipios de pequeña entidad, prefieren hacerlo en las grandes urbes donde ven más posibilidades de promoción profesional), dotarse de colaboradores informativos

²⁴ La tendencia señalada por algunos estudios de prospección sobre nuevos perfiles profesionales acerca de la convergencia entre técnicos y periodistas, más acusada en el medio escrito o electrónico, no puede sin embargo servir como justificación para equiparar los distintos tipos de actividades. Aunque nadie parece poner ya en duda que para ejercer la profesión periodística hay que conocer determinados aspectos técnicos básicos, esto no debe hacernos pensar que los aspectos técnicos son lo fundamental del trabajo periodístico. El periodista es periodista, y no informático o ingeniero en telecomunicaciones, por lo que su formación no debe basarse fundamentalmente en el aprendizaje de la tecnología.

²⁵ Precisamente esta ha sido la causa esgrimida por la Asociación Nacional de Diarios de Brasil que alegan un número insuficiente de periodistas especializados en áreas temáticas como la economía, la tecnología, etc., para poner en el mercado productos periodísticos específicos en estos contenidos. Pues como en Brasil está legalmente protegido el título de periodista (Decreto-Ley 972 de la República Federal de Brasil, de 17 de octubre de 1969 -Diario Oficial del 21-, sobre el ejercicio de la profesión periodística), y los empresarios están obligados a contratar a diplomados universitarios en Periodismo para el ejercicio de la profesión de periodista, ven injustamente condicionada su libertad de empresa. Esto ha motivado que la Asociación Nacional de Diarios, escudándose en el ataque que según su criterio supone para la libertad de expresión y de información, haya recurrido la ley; y que un juez civil de San Paulo les haya dado la razón. Para más información véase: EFE, 2001: 79.

en las condiciones anteriormente expuestas.

Conviene matizar que cuando hacemos alusión al Periodismo especializado, nos estamos refiriendo solamente a aquellas ofertas periodísticas (periódicos, revistas, páginas de Internet o programas de radio y televisión) que, a pesar de su limitación voluntaria de la universalidad propia del contenido periodístico y dirigirse a un público determinado, no renuncian a una difusión generalizada. Cualquiera puede tener acceso a un programa radiofónico sobre deportes, o a un programa televisivo sobre salud, o a una revista sobre cine, etc., otra cosa es que se quiera verlo, escucharlo o leerlo. Sin embargo, no entran dentro de esta clasificación, por ejemplo, los boletines internos de una asociación, es decir, aquellas propuestas informativas y opinativas de difusión y acceso restringido, ajeno al libre albedrío de las audiencias. Así, discrepo del parecer de Escobar Roca que sólo considera trabajo periodístico el realizado en un medio de comunicación de información general:

“La omisión criticada deriva de la creciente presencia de publicaciones, canales de radio y televisión y páginas de Internet de contenido no generalista, lo que nos lleva a preguntas como las siguientes: ¿puede considerarse periodista quien escribe en una revista especializada en noticias sobre el sector de seguros?, ¿o el realizador de un espacio televisivo de moda femenina?, ¿o quien prepara los contenidos de una página web de información turística? Parece que todos ellos preparan y presentan noticias dadas a conocer a través de un medio de difusión, pero considerarlos periodistas desnaturalizaría en exceso esta figura, al menos desde el uso habitual de las palabras. [...] Especialmente desde la consideración del lugar que el periodista ocupa en el espacio público, nosotros pensaremos sobre todo en el periodista de las publicaciones de información general o, si se quiere, en el periodista que se dirige a un público indeterminado, al ciudadano medio, y no a un sector concreto de lectores, interesado en una materia específica” (Escobar Roca, 2002: 113 y 119).

En primer lugar, Escobar Roca no parece tener en cuenta que periodista no es el que trabaja en un medio de comunicación sino el licenciado en Periodismo y colegiado en el colegio respectivo. En segundo lugar, tampoco parece percatarse de las diferencias que existen entre el periodista, el colaborador y el realizador que, como ya sabemos, no son todos periodistas. En tercer lugar, y como también hemos señalado, el Periodismo especializado no pierde su potencialidad de llegar a públicos masivos, aunque lógicamente su contenido resulta ser un condicionante en función de los gustos y preferencias de la audiencia. La principal dificultad que presenta la temática especializada es saber identificar cuando realmente nos encontramos ante una oferta de naturaleza periodística o cuando no. Para ello será preciso tener en cuenta las características anteriormente mencionadas del trabajo propiamente periodístico.

Por lo que se refiere a las labores de asesoramiento, siempre que éstas conlleven algún tipo de incidencia o de influencia en lo que respecta a los contenidos periodísticos, dicho trabajo será desempeñado por un periodista. Y conferirá para quien lo ejerza la condición de periodista en ejercicio.

4.1. El trabajo de los denominados gabinetes de prensa o de comunicación no

puede ser considerado de índole periodística

En las dos últimas décadas, los periodistas están siendo *reclutados* para trabajar en gabinetes de prensa o de comunicación, lo que se ha dado en llamar “comunicación empresarial e institucional”, tanto en el ámbito público como privado²⁶. Así lo corrobora Jaume Guillamet, en unas jornadas celebradas en Galicia en 2000 sobre tendencias en el Periodismo, y en las que disertó sobre las salidas profesionales de los periodistas:

“Hoy, la figura del periodista se asocia aún a los redactores de periódicos, agencias de prensa y emisoras de radio y televisión. Incluso, en el mundo profesional se discute aún sobre la condición de redactores de gabinetes de prensa o comunicación. Pero la realidad nos dice que un gran número de titulados ejercen en lo que se ha dado en llamar comunicación institucional, pública o privada. Es decir, gabinetes de prensa de organismos de gobierno de Estado, autonomías, provincias, comarcas y municipios; o en gabinetes de comunicación de empresas. La llamada comunicación de las organizaciones. La realidad nos dice, además, que en los últimos años se ha abierto un nuevo campo específico de trabajo para los titulados en periodismo: los portales de Internet y lo que se está dando en llamar gestión de contenidos” (Guillamet, 2001: 111-112)

¿Realmente nos encontramos ante un nuevo acto exclusivo del ejercicio periodístico? Esta es la pregunta que se hace María Pilar Diezhandino:

“El problema viene cuando se deja de identificar al periodista con la información del día, la puesta en conocimiento de la realidad en entregas periódicas. Cuando se piensa también, implícita o explícitamente, en quienes elaboran los dossiers de prensa, los análisis de sus contenidos, los informes situacionales y los que ofrecen la marca de una empresa... Una multiplicidad de labores que suponen un servicio y un negocio sin precedentes. [...] Con la irrupción de la llamada sociedad de la imagen, están cambiando los moldes del mercado: la institución pública como la empresa privada, el político, como el banquero buscan profesionales para potenciar y vender su imagen. De modo que con el valor de moneda de cambio de la información y su asunción como bien de consumo, servicio, clase y poder, han aparecido unos profesionales nuevos, también llamados periodistas, esos que trabajan en un Gabinete de Prensa, comunicación o relaciones públicas; que promocionan, mejoran y venden imágenes públicas o privadas, que están a cargo de las llamadas comunicación intra y extraempresarial... Ahora pregunto: ¿dónde está la frontera entre ser informador y experto en “vender” información? ¿Entre ser intermediario, intérprete y fiscalizador de la realidad a ser guardador celoso de una parte de esa realidad o Intermediario no entre la fuente y el receptor sino entre la fuente y el periodista?. Todos pueden mostrar el título obtenido en una facultad de Ciencias de la Información. La pregunta es: ¿son todos periodistas?” (Diezhandino Nieto, 1994: 41)

²⁶ Txema RAMÍREZ distingue entre cinco grandes grupos de gabinetes de comunicación (C.C.): “C.C. de la administración o institucionales (gobiernos, instituciones oficiales, ayuntamientos, diputaciones, entres autonómicos, etc.). C.C. de partidos políticos y sindicatos. C.C. vinculados al mundo de la empresa. C.C. de movimientos sociales y Organizaciones No Cubernamentales. Gabinetes externos (asesorías y consultorías de comunicación). Los cuatro primeros tipos de C.C. se diferencian del último, además de por sus funciones específicas, por su ubicación (interna) con respecto a la organización en cuestión. La última de estas categorías (las asesorías y consultorías) se sitúa al margen de las propias organizaciones y sirven para asesorar desde el exterior y de forma esporádica a las entidades de cualquier tipo que demanden sus servicios en materia de comunicación”. (Ramírez, 1995: 125-126.).

La Misma María Pilar Diezhandino se contesta a través de las conclusiones alcanzadas en la conferencia que sobre la formación del periodista celebró la EJTA (European Journalism Training Association) en Bruselas, en 1990:

“No es lo mismo formar periodistas que comunicadores. Hay que separar claramente la formación del periodista–informador de la del publicitario y el comunicador, a la vista de que las fronteras se hacen cada vez más peligrosamente difíciles de discernir” (Ibid.).

Un alto porcentaje de los profesionales que trabajan en los gabinetes de comunicación son realmente periodistas, pues, acreditan su título universitario en Periodismo²⁷. Pero difícilmente pueden ser considerados periodistas ejercientes, dada la naturaleza opuesta de su tarea con el cometido específico del ejercicio periodístico. No por el simple hecho de que un trabajo sea llevado a cabo por un periodista, puede aquél ser calificado como una labor propia de los licenciados en Periodismo. Ambos tratan con información, es cierto, y esa información es transmitida a la opinión pública, sin embargo ya dejamos claro que no toda información es información periodística. Existen otros usos de la información de actualidad, asimismo de índole persuasiva (aunque con un cariz más acusado)²⁸, pero donde prima fundamentalmente una utilización interesada de la misma²⁹, como son: la propaganda (persuasión ideológica), la publicidad (persuasión comercial), las relaciones públicas y el marketing político (Benito, 1995: 171–199). José María García Casanovas, director de comunicación de Iberdrola, es plenamente consciente de este matiz diferenciador, por lo que no cabe considerar la comunicación institucional y empresarial como una simple especialización de la profesión periodística:

“La comunicación institucional de las empresas es fundamentalmente una acción de comunicación. Evidentemente, transmite una información pero esa información debe ser motivada y con un objetivo concreto, de acuerdo con la estrategia de la empresa. La sintonía entre la empresa, su estrategia y su comunicación debe ser

²⁷ Una investigación llevada a cabo en 2000 por la Asociación de Directivos de la Comunicación (ADC DirCom), refleja que la figura del director de comunicación es desempeñada en las empresas por un 29,4% de licenciados en Periodismo, y en organismos públicos e instituciones por un 66,1%. Por lo que se refiere al departamento de comunicación, tanto en empresas como en organismos públicos e instituciones, también son mayoría los titulados en Periodismo (el promedio es de dos titulados en Periodismo entre los especialistas del departamento). Sin embargo, mientras el número de periodistas ha ido manteniendo su hegemonía en la composición de estos departamentos, no es menos cierto que han crecido –en un porcentaje nada desdeñable– la relación de licenciados en Publicidad y Relaciones Públicas. Otras licenciaturas emergentes son las de: Derecho, Económicas, Empresariales, Marketing, Sociología, etc.

²⁸ Para muchos teóricos, la simple función de informar ya es una manera de persuasión. “Se entiende que la simple proporción de hechos y noticias, que enriquecen el conocimiento de los públicos, al transformar su visión del mundo, condiciona su posición ante la vida y el mundo, y que esto ya es una forma de persuasión” (BENITO JAÉN, 1995: 171). Conciben la información periodística como un instrumento legítimo de persuasión, como un medio de libre convencimiento racional por la difusión de los hechos y de los juicios editoriales de esos hechos. De este modo, el Periodismo profundiza en su labor crítica, como procedimiento orientador de la opinión pública. Sin embargo, es preciso destacar que la capacidad persuasiva que pueda atribuirse a la información periodística ha de “ser utilizada en defensa de la misma sociedad” (Ibid.: 173), y nunca con fines ajenos a los puramente periodísticos.

²⁹ El bien común cede su primacía en aras de un interés particular, que no pierde por ello necesariamente su legitimidad. Queremos, así, afirmar que estos otros usos de la información de actualidad no son perversos en sí mismos, sino que también responden a una utilidad social, aunque de distinta naturaleza. A diferencia del Periodismo, “su finalidad no es la información por la información misma, sino que la segunda finalidad, la que se pretende alcanzar –la que sea– se convierte en la primera: dar a conocer algo concreto, soterrar con otras informaciones aquellas que no interesan, introducir a un personaje en la opinión pública, etc.” (BENITO JAÉN, 1995: 181.). Es preciso, no obstante, no perder el referente de los valores éticos exigibles también a estas otras actividades profesionales.

total. Bajo este punto de vista, la comunicación empresarial es algo más que una acción informativa, que también lo es, ya que debe integrarse y ser una herramienta al servicio de la estrategia empresarial” (FAPE, 1998: 33).

Los intereses entre los periodistas y los comunicadores son diferentes, a veces incluso contrapuestos. “Al periodista le interesa la información. Al comunicador le interesa la imagen. Por eso, frecuentemente, lo que para un comunicador es una noticia de gran valor, para el periodista es una moto como un piano de grande. Y viceversa. Lo que para el periodista es una posible noticia de grandes titulares, para el comunicador puede ser una información sin el mínimo valor (o incluso perjudicial) para la imagen de su empresa” (Robles, 1999).

Dada la importancia que tienen los medios de comunicación y, por tanto, la colaboración de los periodistas para el trabajo de los gabinetes de comunicación, la presencia de estos en los departamentos de comunicación de las empresas o de los organismos públicos e instituciones, así como en las asesorías o consultorías externas, ha sido de gran utilidad por su conocimiento de las rutinas periodísticas. Así lo indica Miguel Ángel Robles:

“Sin la colaboración de los informadores, sin la mediación de los periódicos, las emisoras de radio y las cadenas de televisión, los directores o asesores de comunicación no pueden hacer llegar al gran público los mensajes que ellos construyen, y, por tanto, no pueden influir en la imagen social de las empresas para las que trabajan” (Ibíd.)³⁰

Sin embargo, para la labor que los periodistas desempeñan en los gabinetes de comunicación no les sirve únicamente lo aprendido para su quehacer periodístico, requieren de otros conocimientos adicionales a juicio de José María García Casanovas:

“Los periodistas profesionales aportan sin duda unos conocimientos y experiencia, en su caso, en cuanto a las técnicas informativas y comunicativas. No obstante, la comunicación de empresa exige otros conocimientos adicionales, como son el conocimiento de la empresa, interna y externamente, el conocimiento de los procesos productivos, conocimientos que van más allá de una formación meramente periodística, es decir, no se trata de ser un mero intermediario en la información con la sociedad sino ser un agente más en el desarrollo de la estrategia empresarial” (FAPE, 1998: 33).

Las competencias de los responsables en comunicación empresarial e institucional, van más allá de las destrezas que una titulación específica en Periodismo puede proporcionar³¹. El estudio *El estado de la comunicación en España*, llevado a cabo por la Asociación de Directivos de la Comunicación (ADC DirCom) en el año 2000, señala que las actividades realizadas por los departamentos de comunicación se centran especialmente en las siguientes tareas:

³⁰ Aunque hoy en día el medio Internet les permite un contacto directo con los públicos, son conscientes de que su credibilidad de cara a ellos es limitada, por lo que siguen buscando la intermediación del periodista para dotar a sus mensajes de una mayor eficacia.

³¹ Tomando como referente las funciones y fines sociales que le son propios señaladas en REAL RODRÍGUEZ, 2003: 58-77.

- Comunicación de imagen institucional
- Comunicación de crisis
- Comunicación entre organizaciones
- Comunicación interna
- Lobbying
- Marketing interno
- Marketing directo y telefónico
- Mecenazgo
- Patrocinio cultural
- Patrocinio deportivo
- Patrocinio de programas (radio, TV, etc.)
- Promoción de ventas, PLV, merchandising
- Publicidad institucional/corporativa
- Publicidad comercial (de productos y marcas)
- Relaciones con los medios (cobertura informativa)
- Relaciones públicas institucionales y eventos
- Otras actividades de comunicación

Miguel Túnez recoge igualmente los pormenores del trabajo de los gabinetes de comunicación:

“Integrados en la estructura de la empresa, aunque no siempre aparezcan en el organigrama, los gabinetes dedican su actividad a hacer informes internos y externos; dirigen sus mensajes a los periodistas, a los medios informativos, a otras empresas, directamente al ciudadano (publicaciones, boletines...). También reciben informaciones, realizan un control de la repercusión externa, diseñan estrategias de comunicación de la empresa o institución a la que pertenecen, preparan las conferencias de prensa, advierten a los actores protagonistas de conferencias de prensa y/o entrevistas de las posibles preguntas incómodas, ensayan posibles respuestas a los periodistas y (...) en algunos casos ocupan parte de su tiempo en presionar a los periodistas para conseguir una información favorable a personas o a la propia empresa o institución a la que pertenecen” (Túnez, 1999: 35)³²

Bien es cierto que este tipo de comunicación al igual que el Periodismo debe realizarse con honradez, transparencia y veracidad, pero no deja de ser una información interesada al servicio de intereses particulares:

“Promover filtraciones, influir en los periodistas para que incluyan loas al titular de la empresa o institución y para que eviten las críticas y ofrecer informaciones no requeridas son actividades reconocidas por los responsables de los gabinetes de comunicación” (Ibíd.: 37)³³

³² Ciertos recursos que emplean los gabinetes de comunicación (comunicados, notas de prensa, etc.) son elaborados de acuerdo con las características propias de la noticia periodística. Pero es obvio que, a pesar de su similitud formal, no son equiparables. La finalidad a la cual responde, y que incide de una manera clara en el contenido de la noticia, nos permite diferenciar cuando estamos en presencia de una información periodística y cuando de un procedimiento publicitario o de relaciones públicas.

³³ Txema Ramírez también aborda la cuestión de la influencia, a veces excesiva, de los gabinetes de comunicación en el trabajo de los periodistas, y recomienda a éstos últimos recuperar el sentido crítico por el que siempre se les ha caracterizado. Aunque también apunta la función necesaria, positiva y socialmente aceptada de los gabinetes de comunicación en el actual sistema informativo. (RAMÍREZ, 1995: 221-232).

No conviene olvidar que en algunos planes de estudios de la carrera de Periodismo aparecen materias relacionadas con los gabinetes de comunicación o con la comunicación empresarial e institucional, que incluso comienza a figurar como una especialización dentro del Periodismo. No obstante, creo sinceramente que esto último es un error, pues de incluirse dentro de alguna de las especialidades informativas y comunicativas estaría más cercana a la Publicidad y las Relaciones Públicas, tal y como estos estudios vienen demandado en los últimos años. De todos modos, no queremos decir que los periodistas, que hasta no hace mucho han acaparado los puestos de las plantillas de los gabinetes de comunicación, ya no resulten útiles en ellos, o que no deban dedicar su quehacer profesional al ámbito empresarial e institucional, o incluso que las Universidades les formen para ello (en aras de responder a esta demanda). Simplemente queremos reseñar que el trabajo que un periodista puede llevar a cabo en los gabinetes de comunicación no puede ser considerado, por un lado, como trabajo periodístico y, por otro, como un acto exclusivo de estos profesionales, por lo que no pueden ser reconocidos como periodistas en ejercicio³⁴.

4.2. Los portales de Internet y la gestión de contenidos no es un acto exclusivo de la profesión periodística

El periodista ha tardado en ver Internet como un nuevo medio de comunicación, factible a la hora de trasladar a los públicos las noticias de actualidad que respondan a un interés colectivo o mayoritario. Por lo que otros profesionales (documentalistas, informáticos, ingenieros de telecomunicaciones, etc.) comenzaron a usurpar el lugar que les pertenece por derecho a los periodistas. Pero éstos, finalmente, han terminado desembarcando en Internet y reclaman ahora el espacio profesional que sólo a ellos les corresponde llenar: dotar de contenidos periodísticos los diversos lugares de la red que se presten a ello. Y no nos referimos al resto de contenidos informativos u opinativos que se puedan *colgar* en la *World Wide Web*. Existe, en este sentido, cierta confusión al demandar que únicamente los periodistas puedan introducir contenidos en Internet. De este modo lo expresa María Teresa Sandoval:

“Según los datos del Congreso de Internet’99 organizado por la Asociación de Usuarios de Internet, en aquel entonces había 800 millones de páginas web; un año después, desde varias fuentes se indica que esa ya se ha duplicado. Ante estos altísimos números, los expertos y los internautas se preguntan: ¿quién está redactando esa ingente cantidad de contenidos informativos?, ¿quién está haciendo las veces de periodista llevando a cabo cometidos que han pertenecido

³⁴ Las definiciones sobre ejercicio periodístico, que podemos encontrar en los países de nuestro entorno europeo (véase REAL RODRÍGUEZ, 2003: 98-100.), no incluyen como tal las actividades relacionadas con la publicidad y las relaciones públicas, a las que consideran contrarias al Periodismo. Además, también algunas rechazan calificar como trabajo periodístico a “las funciones de búsqueda, recogida, selección y tratamiento de datos, noticias u opiniones, a través de texto, imagen o sonido [...] desempeñadas al servicio de publicaciones de naturaleza predominantemente promocional, o cuyo objeto específico consista en divulgar, publicar o por cualquier forma dar a conocer instituciones, empresas, productos o servicios, según criterios de oportunidad comercial o industrial” (Portugal, Ley de 13 de enero de 1999). Sin embargo, no existe unanimidad a la hora de excluir como trabajo periodístico la labor que los periodistas pueden llevar a cabo en secciones u oficinas de prensa o información de empresas o instituciones públicas o privadas. Tal vez las reflexiones aquí vertidas puedan ayudar a ello.

tradicionalmente a los profesionales de la información? A ambas preguntas la respuesta es muy simple: científicos, médicos, abogados, profesores, estudiantes, cualquier persona que lo desee puede tener su espacio en la red y puede estar trabajando en este sector. [...] No cabe discusión sobre que para escribir sobre un tema no hace falta ser periodista, pero, en cambio, para escribir en un medio de comunicación sí; entonces, si consideramos la red de redes como un entorno de comunicación, ¿por qué no están los periodistas redactando o incluso diseñando las páginas de administraciones públicas, entidades, universidades, grandes empresas, museos, etcétera que circulan por la red?” (Sandoval Martín, 2000)

Se equivoca Sandoval cuando identifica como periodista a todo aquel que escribe en un medio de comunicación, y cuando asemeja todo contenido informativo con el propiamente periodístico. Esto le induce a pensar que sólo puede ser trabajo de los periodistas el dotar de cualquier contenido informativo a la Red. Pero, como bien indica María Pilar Diezhandino, el papel del periodista, también en Internet, debería centrarse en procurar el acceso a las noticias, “facilitando el entendimiento de una información (relato de hechos) que ha de ofrecer previamente seleccionada, ordenada, interpretada. (...) Sobre esto debería reflexionar el periodista porque es el asunto clave de su actuación. No hacerlo acrecienta el papel de quienes han venido a sustituirle: desde esos nuevos aprendices de periodistas que no proceden de la profesión y que tienen a su cargo la tarea de introducir los contenidos de muchos sitios en la red, hasta tantos otros que comparten con el periodista el común denominador de utilizar la información como materia prima de su trabajo (documentalistas, informáticos, ingenieros de telecomunicación, etc. [...] Los procesos de carga y descarga de la página en blanco se complementan con los de permanente actualización de temas, relatos, debates, que se presten por su interés a un seguimiento, que enriquecerá el propio interés o lo anulará. De lo que se trata es de que sea un verdadero profesional de la información periodística, no un tecnólogo, quien aborde la tarea de llenarla de sentido. [...] Podría decirse que la base de funcionamiento de la red está instalada en los servicios en general, con resultados imprevisibles. La del periodismo, que basa su tarea en el derecho a saber de las gentes, en el servicio máximo que es aportar conocimiento profundo de los hechos” (Diezhandino Nieto, 2001: 227-228)

Al igual que antes, no queremos decir que el periodista no resulte útil a la hora de escribir o editar texto de calidad en Internet, independientemente de cual sea su contenido. Entendemos que es preciso aclarar que únicamente cuando dicho contenido responda claramente al tradicional mensaje periodístico, estaremos entonces ante un acto específico del periodista que deberá reivindicar para sí. Sólo en este caso el periodista podrá ser reconocido como periodista en ejercicio.

Por otro lado, el papel que está comenzando a desempeñar el denominado “gestor de información” (*information Broker*), encargado de buscar información específica en Internet y suministrarla a un tercero (ya personas individuales, ya empresas o instituciones) que, previamente, haya contratado sus servicios³⁵, se aleja de la función

³⁵ De hecho, hay periodistas autónomos, periódicos especializados y agencias informativas que ya ofertan esta clase de asistencia.

propia y periodística tal y como aquí la hemos definido. Entre los cometidos de estos nuevos profesionales no sólo está la búsqueda de información sin más (una labor más propia de documentalistas), sino que igualmente precisan investigar las fuentes, seleccionar los documentos, analizarlos, cotejarlos si es preciso, e, incluso, extraer lo más relevante de cada uno de ellos. Hasta aquí, funciones muy parecidas a las que ejecuta un periodista. Sin embargo, y salvando las distancias que pudieran haber entre ambos tipos de actividades, la puesta en común y difusión de los servicios del gestor de información son de acceso claramente restringido, limitado a sus clientes, y vedado para el resto del público potencialmente interesado, que no llega a tener conocimiento de dicha propuesta informativa. Pero si, además, a estas personas se les encomienda la preparación de esos contenidos para colocarlos en las intranets de las empresas, entonces nos encontramos ante un nuevo perfil de los responsables de los gabinetes de comunicación (en lo que se refiere a la comunicación interna de la empresa o institución), que precisarán estar familiarizados con la edición de páginas web. En conclusión, tampoco estos periodistas podrán ser reconocidos como profesionales de la información periodística en ejercicio.

En marzo de 2002, la ya citada Asociación de Directivos de Comunicación (ADC DirCom)³⁶ aprobó un código de conducta para este colectivo, como primer paso de un plan para ordenar la actividad de la comunicación. Entre los próximos objetivos que se ha fijado esta asociación resaltan: la titulación específica de comunicación, el estatuto y el colegio profesional. Para ello, será preciso antes de nada definir quién es el comunicador, qué es lo que hace y qué actos propios son los que lleva a cabo. Esta iniciativa debería contar con la presencia y contribución activa de los periodistas, para delimitar de una forma clara y definitiva qué les separa o les une con los comunicadores, y hasta dónde llegan las funciones de cada uno. Sería una oportunidad única, que no convendría desaprovechar.

Finalmente, cabría aún citar un nuevo yacimiento de empleo para los licenciados en Periodismo, hasta ahora infravalorado —tal vez por no atender desde las Universidades debidamente a su formación científica—, y no es otro que el análisis y la investigación de medios de comunicación que, desde hace algunos años, vienen desarrollando diversas instituciones³⁷. Los estudios científicos que estuvieran claramente relacionados con el proceso de la información periodística podrían ser elaborados por periodistas, no en vano son los que mejor conocen su evolución y desarrollo, aunque durante la elaboración de la investigación pudieran estar asistidos por licenciados de otras carreras (sociólogos, psicólogos, etc.). Si bien, y por idéntica razón a la esgrimida anteriormente con el gestor de la información, tampoco este nuevo cometido está invariablemente en condiciones de ser reconocido como trabajo periodístico propiamente dicho, pues no se trata de una

³⁶ Organización que agrupa a más de 170 dircoms de las más prestigiosas organizaciones privadas y públicas de España, y que aspira a convertirse en el polo de referencia de la profesión del comunicador en el mundo de habla hispana.

³⁷ Pensemos, por ejemplo, en entidades especializadas en el control de difusión y audiencia, tales como: OJD (Oficina de Justificación de la Difusión), AIMC-EGM (Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación, que elabora el Estudio General de Medios), IBECOM (Ibérica de Comunicación, Análisis e Información), Sofres Audiencia de Medios, etc. En los últimos años, las propias empresas periodísticas han visto la utilidad de la realización de investigaciones sobre audiencias, para conocer, entre otros aspectos, sus necesidades y demandas de información.

información cuya difusión pueda ser siempre libre y progresivamente generalizada³⁸.

5. Reflexiones finales

El estudio pormenorizado de los actos propios que caracterizan el ejercicio periodístico nos permite establecer la única distinción razonable a que ha lugar entre periodistas: el que ejerce (por cuanto desempeña funciones específicamente periodísticas) y el que no lo hace (bien por su inactividad permanente o temporal, bien porque simplemente lleva a cabo otros menesteres que no responden a la noción de Periodismo). La definición objetiva del ejercicio profesional del Periodismo que ya aportaba en su día Enrique de Aguinaga ha sido, sin lugar a dudas, el punto de partida de este estudio. Posición inicial que he retomado convenientemente actualizada y en clara respuesta a lo que se ha de entender en la actualidad por Información periodística (víctima hoy de una pertinaz confusión con otras formas igualmente informativas pero que poco o nada tienen que ver con el Periodismo). Este análisis detallado, que nos remite sin ambages a la existencia de un único periodista y de un solo Periodismo, resuelve sin excesivas dificultades la *enorme* problemática que parece girar en torno a qué puestos y en qué medios cabe limitar la entrada a los que dispongan de la consabida titulación académica específica y la correspondiente colegiación; es decir, al cometido periodístico que exclusivamente habrá de ser desempeñado por periodistas. Propuesta que nadie hasta el momento ha sido capaz ni tan siquiera de insinuar en sus términos más simples. Esta proposición no aspira a convertirse en un proyecto cerrado sin posibilidad de diálogo. Al contrario, pretende ser el argumento inicial de debate que logre dar el empujón definitivo al proceso constitucional del Periodismo como profesión. Estas sugerencias podrán, pues, perfeccionarse (si así lo estima oportuno el órgano de representación de todos los periodistas, que no ha de ser otro que el Colegio profesional) hasta alcanzar una redacción definitiva que habrá de plasmarse en el nuevo Estatuto Profesional. A su vez, estas novedosas figuras *profesionales* deberán ser recogidas por los diferentes convenios laborales (tanto generales como específicos) que aprueben conjuntamente periodistas y empresarios.

6. Referencias bibliográficas

AGUINAGA, ENRIQUE DE

1980: *Periodismo, profesión. Estudio para la definición objetiva del ejercicio profesional del periodismo*. Madrid, Fragua

BENITO JAEN, ÁNGEL

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

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

³⁸ Soy consciente de que Internet podría llegar a modificar esta última situación, por lo que será necesario —llegado el caso— revisar esta postura original.

Complutense, pp. 33-48

DERIEUX, EMMANUEL

1983: *Cuestiones ético-jurídicas de la información*. Pamplona, Eunsa

DESANTES GUANTER, JOSÉ MARÍA

1992: *El futuro de los profesionales de la información*. Concepción-Chile, Ediciones Universidad San Sebastián

DIEZHANDINO NIETO, MARÍA PILAR

1994: "El profesional de la información y la creciente complejidad del proceso de aprendizaje", en *Estudios de Periodística*, 3. Pamplona, Sociedad Española de Periodística, pp. 37-48

2001: "El periodismo de servicio en los tiempos de Internet", en GARCÍA LÓPEZ, Xoxé (dir.): *Jornadas sobre tendencias en el periodismo*. Madrid, Editorial Montecorvo/Escuela Gallega de Administración Pública, pp. 211-232

DIEZHANDINO, MARÍA PILAR, BEZUNARTEA, OEA, Y COCA, CÉSAR

1994: *La élite de los periodistas*. Bilbao, Servicio de Publicaciones de la Universidad del País Vasco

ESCOBAR ROCA, GUILLERMO

2002: *Estatuto de los periodistas*. Madrid, Tecnos

COMIS, LORENZO

1991: *Teoría del periodismo*. Barcelona, Paidós.

GUILLAMET, JAUME

2001: "Salidas profesionales. Una reflexión sobre la formación en Periodismo", en GARCÍA LÓPEZ, Xoxé (dir.): *Jornadas sobre tendencias en el periodismo*. Madrid, Editorial Montecorvo/Escuela Gallega de Administración Pública, pp. 107-121

MARTÍNEZ ALBERTOS, JOSÉ LUIS

1992: *Curso general de redacción periodística*. Madrid, Paraninfo.

1997: *El ocaso del periodismo*. Madrid, CIMS.

1999: "El periodismo en el siglo XXI: más allá del rumor y por encima del caos", en *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 5. Madrid, Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense, pp. 15-35

RAMÍREZ, TXEMA

1995: *Gabinetes de comunicación*. Barcelona, Bosch

REAL RODRÍGUEZ, ELENA

1997: "La Licenciatura en Periodismo, única vía de acceso y capacitación para el ejercicio profesional como periodista", en *Cuadernos de Información y Comunicación (CIC)*, 3. Madrid, Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense, pp. 261-271

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

ROBLES, MIGUEL ÁNGEL

1999: "Periodistas versus comunicadores", en *Documentos*, 14, en: www.portataurino.com/apc/documentos/n14/firmas_2.htm (consultado el 13/05/2000)

ROMERO RUBIO, ANDRÉS, Y REAL RODRÍGUEZ, ELENA

Curso académico 1997-1998: Temario de la asignatura de "Teoría General de la Información". Universidad Complutense de Madrid.

SANDOVAL MARTÍN, MARÍA TERESA

2000: "Los periodistas en el entorno digital: hacia el periodista multimedia", en *Sala de Prensa*, 25, en: www.saladeprensa.org/art164.htm (consultado el 21/01/2001)

TÚNEZ, MIGUEL

1999: *Producir noticias*. Santiago de Compostela, Tórculo Ediciones

7. Referencias hemerográficas

EFE: "Los diarios brasileños podrán fichar periodistas no titulados", en *ABC*, 2 de noviembre de 2001, p. 79

FAPE: "Comunicación institucional, una especialidad de la profesión informativa", dossier especial, en *FAPE*, 30, 1998, p. 33. (sin firma)