



## RASGOS ÉTICOS Y ACCIONES NO ÉTICAS DE LOS ESTUDIANTES DE COMUNICACIÓN DE LA FES ACATLÁN

Araceli Noemí Barragán Solís

**Currículo:** estudiante del doctorado en Pedagogía de la Facultad de Filosofía y Letras de la UNAM. Profesora de la licenciatura en Comunicación y Periodismo de la Facultad de Estudios Superiores Aragón de la UNAM. Sus líneas de investigación son ética profesional de la comunicación y el periodismo.

### Resumen

En este trabajo presentamos los primeros avances de la investigación sobre la formación ética profesional de los estudiantes de comunicación de la Facultad de Estudios Superiores Acatlán de la Universidad Nacional Autónoma de México. Nos centramos en su perfil, los valores profesionales que obtuvieron durante su formación, los valores en el ejercicio profesional, los que consideraron los principales rasgos de “ser un buen profesional” de la comunicación, así como las “acciones no éticas” de los periodistas y las “acciones no éticas” observadas durante su estancia en la Universidad, desde su comportamiento personal, el de los compañeros y profesores.

**Palabras clave:** ética profesional, ética periodística, acciones no éticas, comunicación.

### Abstract

In this article we present the process and the first results of a research project related to the preparation of the students of Communication of the Faculty of Professional Studies Acatlan of the National Autonomous University of Mexico. It focuses their profile, professional values that they acquired during their training, the principal features that they considered “to be a good professional of Communication”, the “non ethical actions” committed by journalists and the “non ethical actions” that they observed during their studies in the university, in relation to three elements: their own conduct, the conduct of their fellow students and the conduct of their professors.

**Keywords:** professional ethics, journalistic ethics, non ethical actions, communication.

**Recibido:** 4 de febrero de 2011. Aceptado para su publicación: 15 de agosto de 2011.

**Como citar este artículo:** Barragán, A. (julio-diciembre, 2011). Rasgos éticos y acciones no éticas de los estudiantes de comunicación de la FES Acatlán. Sinéctica, 37. Recuperado de [http://www.sinectica.iteso.mx/index.php?cur=37&art=37\\_09](http://www.sinectica.iteso.mx/index.php?cur=37&art=37_09)

### PRESENTACIÓN

**E**l trabajo que presentamos es parte de una investigación más amplia respecto a la formación ética profesional de los estudiantes de Comunicación y Comunicación y Periodismo de la Universidad Nacional Autónoma de México en tres campus: Ciencias Políticas y Sociales, Facultad de Estudios Superiores Aragón y Facultad de Estudios Superiores Acatlán. Los resultados hasta ahora obtenidos son únicamente de los estudiantes de la licenciatura en Comunicación de la FES Acatlán.

Desde 2005, nos hemos acercado, de manera teórica y empírica, a la formación ética de los profesionales de la comunicación y el periodismo, lo cual nos ha per-

mitido encontrar datos que sustentan la necesidad de ampliar o incluir, según sea el caso, la enseñanza de la ética periodística, dada su poca o nula presencia en los planes y programas de estudio universitarios. Hasta la fecha, las materias sobre ética profesional se ven limitadas en la planeación educativa, por lo que no debe sorprendernos que el alumno tenga una deficiente formación de valores profesionales que se refleja en el desempeño cotidiano.

A mediados de los años noventa del siglo pasado, empezó a darse un auge en la gestión y formación de códigos de ética periodística en México, con la idea de mantener no el control de la calidad del trabajo profesional, sino la credibilidad del receptor; esto permite la permanencia en el consumo de medios, los cuales, además, enfrentan el creciente desarrollo de las tecnologías que originan que la relación entre la sociedad y el trabajo periodístico se estreche más. Dichos códigos han sido elaborados por los propios periodistas con los criterios de las políticas editoriales y consideran los deberes y derechos en el ejercicio profesional, entre los que destacan valores como la veracidad, independencia, responsabilidad, integridad profesional y servicio, en los cuales se reconocerán los intereses particulares de quien los realiza.

Los receptores se han convertido en observadores cotidianos del acontecer nacional e internacional, y su crítica al desempeño periodístico gira en torno a la calidad de sus trabajos, muchos de los cuales carecen de investigación; son más de entretenimiento y de cortes informativos que de profundidad, incluso en la prensa escrita, en la que se tendría mayor espacio y tiempo para ejercer y difundir la información que la sociedad demanda en bien de la toma de decisiones.

Se reconoce que los periodistas brindan un bien o servicio a la sociedad al informar y comunicar los hechos trascendentales en los diferentes ámbitos de interés (política, economía, cultura, deportes, espectáculos, entre otros) y se espera que sean veraces, objetivos, rápidos y responsables; sin embargo, se sabe que en los medios predominan las políticas editoriales, no los intereses profesionales e individuales, por lo que no siempre se cumple con los principales valores periodísticos: veracidad, responsabilidad e independencia.

Es importante referir que los rasgos de ser un buen profesional de la comunicación y el periodismo nos acercó a las acciones no éticas. Frente a la búsqueda de la verdad se asoma la mentira; ante la honestidad se presenta el soborno; si está abriendo camino la responsabilidad social también vienen los intereses políticos y económicos. Es realmente preocupante obtener datos que reflejan la falta de acercamiento a la formación en valores y que se visualice el comportamiento de un buen profesional en tanto que en el proceso de formación se realizan a diario acciones no éticas. Los autores hasta ahora revisados coinciden en la importancia de formar éticamente, desde las universidades, a los periodistas.

## **EL PROYECTO**

El proyecto de investigación "Ética profesional de los estudiantes de las licenciaturas en comunicación de la UNAM" considera a los alumnos de Comunicación de la Facultad de Estudios Superiores Acatlán; de Comunicación y Periodismo de la Facultad de Estudios Superiores Aragón; y de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, durante los ciclos escolares 2010-2 y 2011-1, que corresponde a estudiantes de los últimos semestres de la carrera.

Los objetivos de la investigación son conocer la formación ética profesional de los estudiantes y los valores profesionales al término de su carrera. También se

plantearon objetivos específicos en torno al perfil de los estudiantes y a conocer las opiniones de éstos respecto a “ser un buen profesional” y las “acciones no éticas” de los profesionales de la comunicación y el periodismo: desde su actuar personal durante su estancia como estudiante hasta su mirada a los compañeros y sus profesores. Finalmente, y no menos importante, se presentan el comparativo de los datos obtenidos y el análisis de los códigos de ética periodística en México y otros países.

Como parte imprescindible de la formación, la ética profesional debe tener presencia explícita en los planes y programas de estudio de las licenciaturas en Comunicación que se imparten en la UNAM, pues hasta ahora es limitada. Nos guiamos con base en los siguientes supuestos:

- La enseñanza en ética profesional permite formar a los comunicólogos y periodistas universitarios con valores específicos para el desempeño de su profesión.
- El conocimiento de los códigos de ética periodística es necesario para que los estudiantes sepan las obligaciones y los derechos que tendrán en su desempeño profesional.

#### **ESTRATEGIA METODOLÓGICA**

La investigación es descriptivo-analítica. Se hizo una revisión amplia de la literatura, en la que se destacan los trabajos de la tutora y directora de tesis, doctora Ana Hirsch Adler, sobre ética profesional (2005 y 2009); las investigaciones del proyecto interuniversitario sobre el mismo tema que se está realizando en quince universidades de México; los estudios de especialistas en ética de la comunicación y el periodismo, como Goodwin (1998), Echaniz y Pagola (2004), Darío Restrepo (2004) y Videla Rodríguez (2004). Una referencia especial es el trabajo de Pedro Canto y Norma Benois Muñoz (2009), en el que nos basamos para elaborar parte del instrumento en que se abordan las acciones no éticas y que aplicamos en los grupos en estudio, y el de diversos autores que abordan la ética general de las profesiones y los códigos de ética.

El instrumento diseñado fue aplicado a un grupo de alumnos de las tres facultades, con preguntas abiertas en tres rubros: perfil, valores profesionales y códigos de ética. En cuanto al perfil, se indagó edad, sexo, semestre, alumno regular, quién financia sus estudios y desempeño laboral. Respecto a los valores, cuáles fueron los principales valores que recibieron durante su formación profesional, cuáles son los principales valores en el ejercicio profesional y cuáles considera los cinco rasgos de “ser un buen profesional” de la comunicación.

Para las acciones no éticas, se formularon cuatro preguntas específicas:

- Indique las que, a su juicio, son las cinco “acciones no éticas” en el desempeño de un profesional de comunicación o comunicación y periodismo.
- Señale tres acciones no éticas que personalmente haya realizado como estudiante de la UNAM.
- Señale tres acciones no éticas que considere que hayan realizado sus compañeros de la carrera.
- Señale tres acciones no éticas que considere que hayan realizado sus profesores de la carrera. En todos los casos se solicitó mantener el anonimato de las personas implicadas.

El instrumento se aplicó al final del semestre 2010-2 e inicios del 2011-1 a alumnos de octavo semestre y algunos de noveno en las tres facultades. En FES Aragón se encuestaron 125 alumnos de octavo semestre de una matrícula de 486 estudiantes. En FES Acatlán, 75 estudiantes de octavo semestre de una matrícula de 352 alumnos inscritos y 19 de noveno. En Ciencias Políticas y Sociales, 105 alumnos de octavo semestre de una matrícula registrada de 543 y cinco de noveno semestre.

Durante la aplicación del instrumento en el ciclo escolar 2011-1 con alumnos de noveno semestre de la FES Acatlán y de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, nos encontramos con los mismos alumnos encuestados en su mayoría en el semestre anterior. Una situación que limitó el número de encuestados fue que los alumnos de noveno semestre no acudieron en forma grupal a sus clases, porque se trataba de asesorías para la titulación.

Después de la recopilación de la información, se inició la captura de los datos en Excel. En la actualidad, continuamos el trabajo de registro de datos, por lo cual en esta ocasión presentamos únicamente los avances respecto de los alumnos de octavo semestre de la FES Acatlán.

### **ACERCAMIENTO TEÓRICO**

Al indagar sobre la formación ética de los profesionales de la comunicación y el periodismo, lo primero que destaca es el alto grado de responsabilidad que los miembros de este gremio de profesionales tiene frente a la sociedad, pues de ellos depende, en gran medida, que se conozcan los acontecimientos noticiosos; de ahí la importancia de identificar a los periodistas o a los profesionales de la comunicación y la información entre los especialistas de otras disciplinas que hacen uso de los medios de comunicación para emitir sus opiniones y juicios, muchos de los cuales tienen columnas o escriben artículos de un diario, debido a que cada profesión se rige por una ética específica.

De acuerdo con Goodwin (1998), los periodistas son: reporteros, escritores, fotógrafos, editores, directores de periódicos y fuentes que reportan e interpretan la noticia (Goodwin, 1998, p.13). La mayoría de los egresados de comunicación y periodismo que ejercen en los medios inician como reporteros, guionistas y productores; son quienes escriben las grandes historias del acontecer noticioso y son expertos en las charlas, pues de las entrevistas obtienen los mejores datos.

Cuando se tiene la fortuna de disponer de más de tiempo y no correr contra el reloj, se indaga en torno a los hechos, los cuales se constituyen en la materia prima para que los especialistas emitan sus juicios y valoraciones en los géneros de opinión. “El periodista representa una figura muy importante: el verdadero, y único testigo en la mayoría de los casos, de los acontecimientos [...] es un privilegio, pero, sobre todo, supone la responsabilidad de ser fiel transmisor [...] no debe brillar por lo que ofrece, sino por cómo lo ofrece” (Echaniz & Pagola, 2004, p. 125). El cumplimiento de los valores éticos depende, finalmente, del compromiso que en tal sentido tenga o pueda tener cada informador.

Para que cada periodista pueda trasladar parte de la realidad y acercar la población a los hechos, lo primero que se considera es la formación profesional, pues son los universitarios quienes conocerán desde la teoría y la práctica las estructuras de los mensajes y la calidad informativa que cada uno puede lograr. Acudir a la universidad dará el distintivo que requiere un profesional para ejercer su trabajo.

“Los periodistas deben salir de las facultades perfectamente pertrechados para la actividad profesional en la que se van a ver inmersos, y en ese punto, la formación ética es básica” (Videla, 2004, p. 12).

La formación se da en las instituciones y no sólo se refiere a lo cognitivo y lo técnico, sino también a lo ético, un tanto olvidado en la formulación de los planes y programas de estudio hasta finales de la década de los noventa. En los años recientes, está cobrando importancia, por lo cual es necesario que sea parte de las asignaturas obligatorias de la licenciatura y formar profesionales con la convicción de servir a la colectividad. Esto dará credibilidad y permanencia a los medios y fortalecimiento ético a los periodistas.

De acuerdo con Restrepo (2007),

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, p. 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, p. 35). De acuerdo con este autor, la razón de ser de un periodista es el compromiso con la verdad y los demás valores estarán supeditados a ella. Sin embargo, si la verdad es el valor fundamental del periodismo, cabría preguntarse ¿la verdad para qué? Tal vez la respuesta sería un tanto obvia al decir que es fundamental difundir un hecho y tomar decisiones o decidir qué hacer y qué postura tomar, buscar los datos, preguntarle a expertos o especialistas, obtener testimonios, esto es, lo que se conoce como ir tras la noticia. ¿De qué sirve decir la verdad y tener el compromiso de hacer la búsqueda necesaria de los datos, aquello que revele la trascendencia del acontecimiento que será noticia, cuando la responsabilidad social se encuentra desdibujada frente a los intereses empresariales?

Actuar para el bien social es el punto clave del trabajo ético del periodista; se estudia para servir a los otros; se trabaja para que otro lea, escuche o mire el acontecer, según quien le informa. “La responsabilidad que comporta el trabajo del periodista hace de los principios éticos un pilar fundamental de la práctica profesional” (Videla, 2004, p. 12) y su responsabilidad social es hablar de la respuesta que el periodista le debe a la sociedad, más allá de dar noticias.

Durante la formación profesional, el estudiante de comunicación o periodismo cursa una serie de materias (principalmente las relacionadas con géneros periodísticos) que resaltan la importancia de la objetividad en su actuar diario, un rasgo distintivo del profesional de esta disciplina, que es reconocido por los estudiantes universitarios (Barragán, 2009) y no sólo por lo que dicen sus libros, sino por ser un requerimiento en su práctica; sin embargo, el contexto social, la cultura general y los estudios académicos llevan a la interpretación natural de los datos y redimensionan la objetividad periodística al apego de la veracidad, la independencia y la responsabilidad con sus receptores.

El estudiante identifica que durante su formación, así como en su práctica profesional, existen lineamientos que le permitirán hacer mejor su trabajo. Para

Echaniz y Pagola (2004), los ocho puntos esenciales son: delimitar la opinión de la información; no dar nada por sabido, pero exponer lo suficiente para entender los hechos; evitar el objetivismo ingenuo y simplista e informar con un poco de reflexión; dar equilibrio y armonía a la información; informar de las noticias y la actualidad de temas diversos; que el informador tenga conocimientos técnicos, pero también esté dotado de cualidades y sentimientos de humanidad; exigir el respeto a la verdad, tanto de quien informa como de quien opina; y la objetividad se puede extender a todos los géneros (Echaniz & Pagola, 2004, p. 64).

La difusión de los hechos noticiosos y trascendentales cautivan al público receptor, lo cual se refleja en la credibilidad que éste manifieste respecto a los acontecimientos, por su gusto y permanencia en los medios, lo que, finalmente, se traduce en consumo. Para lograr la presencia del público, el periodista debe tener libertad para ejercer su función social y actuar de forma responsable: "La autodeterminación ética de los periodistas dependerá de unas elecciones personales que, además de estar influidas por sus semejantes y sus medios, estarán determinadas por la formación que hayan recibido en este apartado tan vital de su aprendizaje" (Videla, 2004, p. 29).

Algunas acciones de los profesionales de la comunicación no están dentro de un marco ético; por el contrario, hay acciones no éticas que se identifican en el actuar diario de algunos informadores. Existen circunstancias que trastocan la autonomía de estos profesionales, de tal suerte que se presentan serias deficiencias éticas, por estar supeditados a decisiones que, en la mayoría de las ocasiones, responden a los intereses individuales más que colectivos, entre ellas destacan: la no separación entre información y opinión; la preeminencia de la imagen; la invasión de la intimidad y la vida privada; la información ligada al espectáculo; el abuso del sensacionalismo; el periodista escribano; el mal uso de la libertad de expresión; y el viejo truco de la manipulación (Echaniz & Pagola, 2004, pp.184-186), datos que se pueden comparar, además de encontrar las coincidencias, a partir de las opiniones de los alumnos de Comunicación que encuestamos.

Frente a la complejidad del trabajo cotidiano que realizan los informadores, tenemos lineamientos claros para identificar un buen trabajo profesional y otros que no lo son, pues carecen de los principales valores de la profesión, como ética, objetividad, veracidad, responsabilidad y honestidad (Barragán, 2009, p. 241), según las referencias de los propios estudiantes y trabajadores de esta disciplina.

## **PRIMEROS RESULTADOS**

Como lo referimos en un principio, los resultados corresponden únicamente a los datos obtenidos del cuestionario aplicado a los grupos de estudiantes del octavo semestre de la licenciatura en Comunicación de la FES Acatlán.

La Escuela Nacional de Estudios Profesionales Acatlán se fundó el 17 de marzo de 1975 en Naucalpan, Estado de México, para responder a la necesidad de la UNAM de beneficiar a mayor número de estudiantes con la educación universitaria. Desde el 5 de marzo de 2004 se le otorgó el rango y denominación de Facultad de Estudios Superiores. La FES Acatlán está considerada como uno de los centros educativos más importantes de la zona noroeste del área metropolitana y uno de los espacios alternativos a Ciudad Universitaria. Cuenta con una comunidad cercana a 20 000 universitarios y su oferta académica es de 20 programas de licenciatura: 16 en el sistema escolarizado, tres en el abierto y uno en la modalidad

a distancia, según datos difundidos en su página oficial ([www.acatlan.unam.mx](http://www.acatlan.unam.mx)).

En la FES Acatlán se encuestaron a 75 alumnos de seis grupos, tres del turno matutino (41.33 %) y tres del vespertino (58.66%). Los datos relativos al perfil son los siguientes: 72% son mujeres y 28%, hombres. Son grupos mixtos, aunque destacan las mujeres. Las edades oscilan entre los veinte y veintiocho años; el promedio tiene veintitrés años (33.3%); los de veintiún años representan 28%, y los de veintidós, 29%; así, están en el rango de edad de los estudios profesionales.

La mayoría de los estudiantes manifestaron ser alumnos regulares, lo que corresponde a 88% (frente a 12% que dijeron no serlo), de tal manera que están en la generación correspondiente y no cursan asignaturas en semestres distintos. En cuanto al financiamiento de los estudios, en primer lugar se encuentran los padres, con 48%; las situaciones en las que aporta sólo el padre representan 20%; sólo la madre, 8%; usted mismo, 18.66%; y con beca, 4%, además de otros financiamientos conjuntos que equivalen a 5.33%.

Debemos destacar que la carrera solicita que los alumnos se dediquen de tiempo completo a su formación profesional; sin embargo, como ya son alumnos de los últimos semestres, éstos tienen la oportunidad de ejercer su profesión a partir del servicio social; por lo tanto, aunque la mayoría sigue siendo hijo de familia, hay quienes ya trabajan. Respecto al desempeño laboral, los datos indican que 42.6% de ellos efectúan alguna actividad remunerada frente a 56.4% que no lo hace. Quienes trabajan y están haciendo alguna actividad relacionada con la carrera representan 9.3% en actividades como: asistente de producción en la Dirección General de Televisión Educativa, asistente de un periódico, en cadena de radio y coreógrafo, diseñador de imagen y organizador de actividades.

La carrera cuenta con una materia optativa sobre ética periodística, la cual se puede cursar en los últimos semestres, pero, por su carácter, no todos los alumnos se inscriben; identifican entre los principales valores que recibieron durante su formación profesional los siguientes: responsabilidad (50.6%), respeto (42.6%), honestidad (34.66%), veracidad (20%), ética (20%), objetividad (18.6%) y tolerancia (17.3%) (ver tabla 1).

Con los porcentajes intermedios, es decir, menos de 17% hasta más de 4%, se señalaron: solidaridad y cooperación (13.3%), trabajo en equipo y colaboración (12%), conocimiento y preparación (12%), compromiso (10.6%), crítico (6.6%); también se indicaron libertad, profesionalismo, puntualidad y dedicación, con 5.3% en cada caso. De estos rasgos, conjuntamos los característicos del periodismo: veracidad, objetividad, crítico y libertad, los cuales se destacan ampliamente en la teoría de la comunicación.

Con porcentajes menores, citaron credibilidad, imparcialidad, informar, lealtad y ser justo, con una frecuencia de 4% en cada caso. Con sólo dos menciones (2.6%), señalaron humildad, congruencia, servicio a la comunidad, creatividad, disciplina, empatía y equidad. La lista con una sola mención será trabajada en otro momento. Hay que destacar que los rasgos distintivos en la carrera corresponden a: credibilidad, informar y servicio a la comunidad; en tal caso se especifican desde la conformación del mensaje periodístico para mantener la presencia del medio.

En cuanto a los principales valores en el ejercicio profesional (ver tabla 1), los estudiantes coinciden en que son: honestidad (37.3%) y responsabilidad (37.3%), seguidas de respeto (33.3%), veracidad (16%) y ética (16%). Al comparar los valores en ambos rubros, encontramos casi los mismos, aunque varían en porcentajes,

lo cual refleja que en la formación y el desempeño de los periodistas están presentes los mismos valores.

Con frecuencias intermedias, que van de menos de 17% a más de 5%, se encuentran: compromiso y objetividad (con 14.6%), tolerancia (10.6%), profesionalismo y crítico (6.6%), libertad y disciplina (5.3%). Es fundamental que el alumnado identifique la importancia de los escritos periodísticos con base en el lineamiento de la objetividad, lo cual implica preparación y disciplina, pues el escrito sobresaliente es aquel que cuenta con indagación y evita lo obvio.

Con porcentajes menores están: puntualidad, trabajo en equipo y solidaridad (4%) y con sólo dos menciones: confiabilidad, honradez, lealtad, sinceridad y credibilidad (2.6%). Aunque son las frecuencias menores, no dejan de ser relevantes, más aún si consideramos que los periodistas dependen del trabajo de grupo para lograr la difusión de los hechos.

Es importante que se visualice el desempeño de un buen profesional a partir del entendido de que un profesional de la comunicación y el periodismo se encuentra estrechamente vinculado a la sociedad de la que forma parte. En este sentido, destacamos los resultados que los alumnos de la FES Acatlán señalaron respecto a los cinco rasgos de "ser un buen profesional de comunicación". Con las frecuencias más altas se encuentran: responsabilidad y responsabilidad social (50.6%), preparación y saberes (34.6%), veracidad (33.3%), objetividad (30.6%), honestidad (29.3%), respeto (28%), ética (22.6%), ser crítico (18.6%), servicio a la sociedad y bien común (17.3%) (ver tabla 1). Los rasgos específicos de la profesión permiten identificar que, según los criterios de los alumnos, los valores desde su formación hasta su desempeño profesional coinciden.

Con frecuencias intermedias (menos de 17% y más de 4%), señalaron: compromiso, investigación y conocimiento (16%); estos valores destacan por lo trascendental que resulta estar actualizado para ejercer el periodismo. Otros rasgos son: trabajo en equipo y compromiso, entrega y pasión por el trabajo (12%).

En la profesión, denominada de alto riesgo, hay una dosis de pasión y gusto que permite generar los informes noticiosos, de ahí que sea relevante que se mencionen los rasgos anteriores, además de los siguientes que fundamentan el quehacer cotidiano frente a la sociedad: libertad (10%), tolerancia (9.3%), informar (9.3%), analítico, creatividad, coherencia y congruencia (6.6%), justicia, dedicación y disciplina (5.3%).

Las frecuencias menores no dejan de ser importantes, pues en ellas encontramos especificidades del ejercicio de la comunicación, que requiere, además de conocimientos teóricos, los técnicos y la creatividad para llegar con mayor facilidad a los receptores; debemos recordar que hay una amplia gama de producciones que compiten cada día. Con frecuencias bajas se indicaron: puntualidad, creatividad e igualdad (4%) y con sólo dos menciones: humildad, empatía, ser imparcial, ser humano, audaz y curioso (2.6%). Por último, contamos con una lista amplia de 35 rasgos con una sola mención que se trabajará posteriormente.

Tabla 1  
Valores y rasgos profesionales en comunicación. Frecuencias altas

Valores durante la formación profesional	Valores en el ejercicio profesional	Rasgos de ser un buen profesional de la comunicación
Responsabilidad	Responsabilidad	Responsabilidad

Respeto	Honestidad	Preparación/conocimientos
Honestidad	Respeto	Veracidad
Ética	Veracidad	Objetividad
Veracidad	Ética	Honestidad
Objetividad	Compromiso	Respeto
Tolerancia	Objetividad	Ética

Fuente: elaborado por la autora a partir de los datos obtenidos en la encuesta aplicada a 75 alumnos de octavo semestre de la licenciatura en Comunicación de la FES Acatlán, UNAM, durante el ciclo escolar 2010-2.

Ante los rasgos característicos de un buen profesional de la comunicación, tenemos las acciones no éticas. Hasta este momento, contamos con los descriptores, los cuales presentamos en orden a partir de las frecuencias más altas.

Las respuestas concernientes a las acciones no éticas durante el desempeño de un profesional de esta disciplina son: mentir (42.6%), plagio y robar o copiar información (37.3%), aceptar o recibir sobornos (28%), manipular y tergiversar la información (26.6%), deshonestidad e irresponsabilidad (21.6%), beneficiarse con la información (20%), desinformar y corrupción (12%), ocultar información (10%), falta de compromiso social y mal manejo de la información (9.3%), censurar y escribir sin fundamento (8%) (ver tabla 2). Los estudiantes reconocen que la mentira está en oposición a la verdad, el plagio, el robo y la copia frente a lo que sería un periodista responsable, respetuoso, honesto y regido por el compromiso social y los intereses de grupo más que los personales.

Tabla 2

Acciones no éticas de los profesionales de la comunicación. Frecuencias altas

Acción no ética	Frecuencia %
Mentir	42.6
Plagio y robar o copiar información	37.3
Aceptar o recibir sobornos	28
Manipular y tergiversar la información	26.6
Deshonestidad	21.6
Irresponsabilidad	21.6
Beneficiarse con la información	20
Desinformar y corrupción	12

Fuente: elaborado por la autora a partir de los datos obtenidos en la encuesta aplicada a 75 alumnos de octavo semestre de la licenciatura en Comunicación de la FES Acatlán, UNAM, durante el ciclo escolar 2010-2.

Con menos señalamientos se registraron: autocensura, engañar, falta de respeto y opinar sin fundamento (6.6%). También con porcentajes bajos, pero igual de importantes, señalaron: difamar, daños a terceros, individualismo y presunción (5.3 cada caso). De acuerdo con Aluja y Birke (2004), respecto a la infracción de

principios éticos, en este estudio se insertan las tres grandes conductas punibles de científicos: fabricación, falsificación y plagio, puntos de referencia que nos permitirán agrupar en categorías generales los datos hasta ahora presentados.

Tenemos una lista amplia de referencias bajas, con sólo tres menciones, que aluden a la falta de valores primordiales (injusticia, falta de objetividad, no ser veraz, apatía, desconocimiento, ofender a terceros, prejuicios, sabotaje, violar el secreto profesional) y otra de las respuestas de los alumnos sobre las acciones no éticas. Fue una grata sorpresa obtener los datos, porque teníamos la duda de si responderían o cuidarían su imagen absteniéndose de informar. Vale la pena destacar que la mayoría contestó las tres acciones solicitadas.

Entre las acciones de mayor frecuencia se encuentran: plagio de trabajos, de información, de proyectos y de Internet (28%), copiar en exámenes o tareas (25.3), falsear o manipular información, alterar resultados o llenar encuestas e informar sin fundamento (21.3), mentir, mentir a los profesores sobre tareas y faltas (17.3), no citar fuentes de información (9.33) (se reagruparán en la categoría de plagio) (ver tabla 3).

Estos datos son relevantes porque desde hace algunos años se ha facilitado el acceso a la información, principalmente con el uso de la Internet; el estudiante ha ido desvirtuando la herramienta tan poderosa que tienen en sus manos y hace uso de los datos sin el mayor esfuerzo al apropiarse del trabajo de otros. Por su parte, los profesores, en su mayoría sobresaturados de alumnos, no hacen la revisión minuciosa de las tareas y esto lleva al círculo de entrega y califica.

Tabla 3

Acciones no éticas que personalmente realizaron los estudiantes. Frecuencias altas

Acción no ética	Frecuencia %
Plagio de trabajos, información, proyectos e Internet	28
Copiar en exámenes o tareas	25.3
Falsear o manipular información, alterar resultados o llenar encuestas e informar sin fundamento	21.3
Mentir, mentir a los profesores sobre tareas y faltas	17.3
No citar fuentes de información	9.33

Fuente: elaborado por la autora a partir de los datos obtenidos en la encuesta aplicada a 75 alumnos de octavo semestre de la licenciatura en Comunicación de la FES Acatlán, UNAM, durante el ciclo escolar 2010-2.

Otras acciones no éticas referidas son: tomar bebidas alcohólicas en la escuela (8%), falta de compromiso, negociar las calificaciones o que alguien más haga sus trabajos (6.6%), no cumplir con las tareas (5.3%), inventar trabajos, entrevistas o notas (5.3%), deshonestidad e irresponsabilidad (4%) y dañar libros e instalaciones (4%). Estos datos nos llevan a reconocer por qué se da el deterioro y la falta de vigilancia en las instalaciones académicas.

En cuanto a las acciones no éticas de los compañeros señaladas con mayor frecuencia, se encuentran: plagio de información, trabajos, Internet y de documentos

(30.6%), sostener relaciones sentimentales con profesores (22.6%), copiar en exámenes (14.6%), inventar entrevistas, información, tareas y datos (14.6%), robar información, trabajos o artículos de la facultad (13.3%), manipular la información, no sustentar o fundamentar (12%) (ver tabla 4).

Tabla 4  
Acciones no éticas que realizaron los compañeros. Frecuencias altas

Acción no ética	Frecuencia %
Plagio de información, trabajos, Internet y de documentos	30.6
Sostener relaciones sentimentales con profesores	22.6
Copiar en exámenes	14.6
Inventar entrevistas, información, tareas y datos	14.6
Robar información, trabajos o artículos de la facultad	13.3
Manipular la información, no sustentar o fundamentar	12

Fuente: elaborado por la autora a partir de los datos obtenidos en la encuesta aplicada a 75 alumnos de octavo semestre de la licenciatura en Comunicación de la FES Acatlán, UNAM, durante el ciclo escolar 2010-2.

Otras acciones no éticas son: tomar bebidas alcohólicas en la facultad (10.6%), mentir sobre trabajos y faltas (9.33%), copiar trabajos, tesis e información (8%), pagar para pasar materias o tareas (8%), no cumplir con la tarea o no participar (6.6%), irresponsabilidad y falta de compromiso (5.3%), amenazas, deshonestidad, falsificación de documentos y no citar autores (4%). Tenemos una amplia lista de una o dos menciones que señalan: comprar las calificaciones, mal uso de las instalaciones, ingerir drogas y comportamientos inadecuados durante las clases.

Como acciones no éticas de los profesores se mencionaron las siguientes: relacionarse de forma sentimental con las alumnas (32%), aceptar sobornos o recibir dinero por calificaciones (17.3%), falta de interés en su cátedra, pretender dar clases con contenidos vacíos y falta de actualización (16%), así como faltar a clases (16%) (ver tabla 5). Estos datos revelan la crítica de los alumnos respecto a la falta de respeto, compromiso y preparación que muestran algunos de sus profesores. El maestro se convierte en un modelo a seguir y actuar con faltas éticas no es el mejor de los ejemplos.

Tabla 5  
Acciones no éticas que realizaron los profesores. Frecuencias altas

Acción no ética	Frecuencia %
Relacionarse de forma sentimental con las alumnas	32
Aceptar sobornos o recibir dinero por calificaciones	17.3
Falta de interés en su cátedra, pretender dar clases con contenidos vacíos y falta de actualización	16
Faltar a clases	16

Fuente: elaborado por la autora a partir de los datos obtenidos en la encuesta aplicada a 75

alumnos de octavo semestre de la licenciatura en Comunicación de la FES Acatlán, UNAM, durante el ciclo escolar 2010-2.

Por otra parte, destacan otras acciones no éticas, como humillar, discriminar, menospreciar, ofender o ser intolerante con los alumnos (12%), calificar según sus amistades y ánimo (10.6%), impuntualidad (10.6%), preferencias y favoritismos (8%), acosar a las alumnas (6.6%), insultar a los alumnos y no calificar correctamente (5.3%), irresponsabilidad (4%), conseguir sus contenidos en páginas de Internet de bajo contenido, falta de respeto y compromiso, abusar de su poder, mentir, reprobar a los alumnos, ser prepotente, ser prejuicioso y no preparar clase (4%), así como una amplia lista con una o dos menciones que trabajaremos posteriormente.

### **REFLEXIÓN FINAL**

Cuando decidimos realizar la investigación sobre ética profesional de los estudiantes de comunicación de las tres facultades de la UNAM, empezamos a sustentar la propuesta de la enseñanza de la ética profesional del periodismo en la universidad; esto, a través de materias específicas que permitan conocer los principales lineamientos que hacen a una profesión útil a la sociedad. Al avanzar en el estudio, advertimos que es necesaria y fundamental la oferta de asignaturas que cumplan con este propósito; aunque por sí mismas éstas no resolverán los problemas, sí darán los conocimientos suficientes para el desempeño ético profesional que hace falta en los medios de comunicación mexicanos.

Los datos que presentamos, sobre todo en la parte cuantitativa, nos acercan a la formación y el desempeño de los profesionales de la comunicación y revelan que un buen periodista debe ser responsable, veraz, honesto, objetivo, ético, tolerante y con interés en la sociedad. El contraste lo tenemos en sus acciones no éticas, las que se realizan en la práctica y nos sitúan en la ética profesional aplicada, la que se ve y se reconoce; en ésta prevalece el plagio, la mentira, el soborno, el robo o copia, la falta de preparación y el desinterés, datos duros, pero concretos para trabajar una propuesta de enseñanza universitaria en la que no se toleren las acciones no éticas.

En los hechos se habla de construcción de conocimiento; valdría la pena preguntarnos cómo impulsar lo nuevo mientras se permite adueñarse de las palabras y las ideas de los demás; si se carece de interés y tiempo para revisar los trabajos que se solicitan durante un semestre; si se tienen preferencias y relaciones sentimentales que merman en la calidad profesional; y qué hacer en situaciones complejas para cambiar en corto plazo.

De acuerdo con los autores especializados en ética periodística, es necesario impulsar la formación ética desde las universidades, porque con ello se daría la pauta para poner un alto a lo que se está permitiendo, en particular en cuanto al reciclaje de datos. Se requieren periodistas de investigación que aporten para que en la sociedad se tomen decisiones en bien de lo común y que mejoren las condiciones laborales de los docentes que en su práctica forman a periodistas de excelencia, competitivos, comprometidos, y no lo que desafortunadamente se está presentando: alumnos que están en la facultad para acreditar con el mínimo esfuerzo y no para aprender; profesores que no son un ejemplo del buen comportamiento y ejercicio profesional o que permiten, por las razones que sean, la deficiencia en la formación profesional, que se reflejará en el quehacer cotidiano de los egresados.

**REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

- Aluja, M. & Birke, A. (Coords.) (2004). *El papel de la ética en la investigación científica y la educación superior* (2ª. Ed.). México: FCE/Academia Mexicana de Ciencias.
- Barragán Solís, A. (2009). *Ética profesional de los estudiantes, profesores y egresados de la licenciatura en Comunicación y Periodismo de la FES Aragón, UNAM*. Tesis de maestría. UNAM-FES Aragón.
- Canto Herrera, P. & Benois Muñoz, N. (2009). Estudio acerca de la ética profesional en estudiantes de posgrado en una universidad pública. En Canto Herrera, P. et al. (2009). *Ética en la universidad. Conceptos y enfoques* (pp. 187- 240). México: Unasletras.
- Echaniz, A. & Pagola, J. (2004). *Ética del profesional de la comunicación*. España: Desclee De Brouwer.
- Goodwin, H. (1998). *A la búsqueda de una ética en el periodismo* (4ª. Ed.). México: Gernika.
- Hirsch Adler, A. & Pérez J. (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*. México: Ediciones Gernika.
- Restrepo, J. (2004). *El zumbido y el moscardón. Taller y consultorio de ética periodística*. Colección Nuevo Periodismo. México: FCE.
- \_\_\_\_\_. (2007). *Ética*. Recuperado de [www.fnpi.org/consultorio/formulario\\_comentar.asp](http://www.fnpi.org/consultorio/formulario_comentar.asp)
- Videla Rodríguez, J. (2004). *La ética como fundamento de la actividad periodística*. Madrid: Fragua.