



PORTADA

INFORMACIÓN GENERAL

CONSEJO EDITORIAL

ENVÍO DE ORIGINALES

NÚMEROS ANTERIORES

INDEXACIÓN BASES DE DATOS

CREATIVE COMMONS

BÚSQUEDAS

CONTACTO

DENTRO DE C&amp;S

OK



Reseña /

Carlos Soria Saiz

La crisis de identidad del periodista,

*Barcelona, editorial Mitre, Colección Ciencias de la Información, 1989, 141 pp.*

Carlos Soria Saiz

La crisis de identidad del periodista,

Barcelona, editorial Mitre, Colección Ciencias de la Información, 1989, 141 pp.

Las leyes francesas de 1982 y 1985 sobre comunicación audiovisual y la más reciente de 1986 de libertad de comunicación, dedican varios de sus artículos al estatus profesional del periodista; resulta llamativo que los legisladores del país cuna del periodismo y donde los estudios sobre la información y las actividades informativas tienen una calidad reconocida tengan que replantearse la integración profesional de los periodistas en las organizaciones empresariales.

Este vacío conceptual o de fundamentación del ser mismo de la profesión periodística en una de las naciones tradicionalmente en la vanguardia del fenómeno de la información, apunta a una realidad paradójica: a pesar de la intensa penetración y protagonismo de los medios de comunicación en nuestra sociedad en todos sus niveles – desde los usos sociales, hasta su estructura y su dinamismo interno –, desconocemos qué función específica, qué rasgos esenciales constituyen el perfil del periodista.

Carlos Soria, autor entre otras publicaciones de Derecho a la información y Derecho a la honra (Barcelona 1981), Desarrollo legislativo del Derecho a la Información (Pamplona 1986), Derecho a la Información: análisis de su concepto (San José de Costa Rica 1987) y coautor de Prensa, paz, violencia y terrorismo (Pamplona 1987), aborda en La crisis de identidad del periodista el problema de la fundamentación de las actividades profesionales de la información; tema complejo y, quizá por esto, aún pendiente de resolver.

“¿Existe esta profesión? ¿qué la caracteriza? (...) ¿ por qué el periodismo y las profesiones informativas soportan una crisis endémica de identidad?”. Son preguntas a las que Carlos Soria se enfrenta desde las primeras páginas del libro y que están presentes en cada uno de sus capítulos. En este sentido La crisis de identidad del periodista se sitúa en una línea de continuidad con Información y Sociedad de F. Balle (Pamplona 1983), Cuestiones ético-jurídicas de la información de E. Derieux (Pamplona 1983) – ambos citados por Carlos Soria – y Les journalistes françaises. D’ou viennent-ils? qui sont-ils. de B. Voyenne (Paris 1985) – en este último caso se limita el problema planteado al ámbito regional francés – ; aunque Carlos Soria se aventura a dar un paso más en la reflexión sobre la identidad del periodista, al calificar en primer lugar la profesionalidad del informador como una noción carente hoy por hoy de un contenido preciso; y, en segundo lugar, al señalar las causas por las que se ha llegado a tal

situación y aportar una solución concreta, F. Balle, E. Derieux y B. Voyenne estudian las transformaciones, cambios, nuevas realidades que afectan al mundo informativo y, consecuentemente, a la consideración social y jurídica del periodista, pero el propósito de sus trabajos es más amplio y es lógico que no se hayan detenido más en este último tema.

El libro contiene una diversidad de cuestiones y enfoques metodológicos que pueden sorprender en un primer momento; sin embargo, detrás de esta variedad que va desde el estudio histórico al análisis sociológico y conceptual-jurídico, del acercamiento a las etapas de la profesionalización del periodismo a la reflexión sobre qué sea la conciencia de los informadores, hay un denso hilo conductor que unifica y dirige estas cuestiones, aparentemente fragmentarias, hacia un mismo objetivo: el de la búsqueda de los rasgos específicos de la profesión periodística.

Son ocho los capítulos de La crisis de credibilidad del periodista.

Carlos Soria realiza un rastreo a través de la historia para señalar qué aspectos positivos y negativos han constituido lo que podríamos llamar la “tradición” de la profesión periodística. Distingue cuatro etapas que se corresponden con cuatro conceptos diferentes de la Información: la Información como “una marca más de la soberanía regia” característica del s. XVII; la “etapa empresarista” en la cual la prensa deja de ser un puro privilegio y surge la noción de libertad de prensa; posteriormente la “etapa profesionalista” con sus notas de una mayor toma de conciencia del valor jurídico de la Información, y la relevancia – en las empresas informativas del capital intelectual y humano de las redacciones; y, en el s. XX, la llamada “etapa universalista de la Información” donde ésta se entiende como un derecho, derecho con un sujeto universal – todos los hombres, cada hombre concreto – y unas facultades jurídicas que lo integran, como son las facultades de investigar, difundir y recibir información.

Tales cambios en la concepción de la Información no pueden desentenderse del fenómeno de la irrupción en el ecosistema informativo de las nuevas tecnologías, y las rupturas y nuevas perspectivas que generan; la potenciación de “los procesos de investigar, difundir y recibir información, antes, más y mejor”, “la erosión de las fronteras entre los medios informativos” son, entre otras, las tendencias originadas por las nuevas tecnologías que se estudian.

Es el capítulo titulado precisamente “la crisis de identidad del periodista” el que abre una vía de solución a las cuestiones que se han suscitado en las páginas anteriores del libro. La clave que se nos ofrece para comprender la identidad del periodista es la siguiente: las actividades informativas, el periodismo, constituye una profesión liberal, “es verdad que en la mayoría de los casos no trabajan (los periodistas) por cuenta propia, sino que están encuadrados en organizaciones informativas. Pero también es verdad que – dentro o fuera de una organización – su trabajo característico, su identidad, se conecta con un trabajo predominantemente inmaterial, espiritual, simbólico. El trabajo informativo moviliza, en los informadores, no sólo sus hábitos intelectuales sino también los morales. Por eso es una profesión liberal. Por eso requiere libertad e independencia”.

A partir de aquí, Soria se centra en aquellos puntos que considera cruciales para consolidar el perfil de periodista: la conciencia de los informadores, su contrato de trabajo, la cláusula de conciencia, el contrato de suscripción

como paradigma de la obligación de informar y el secreto profesional.

La principal aportación del libro es el redescubrimiento de la actividad del informador a partir de su estructura más radical y definitiva, aquella que la "perfila esencialmente" y que permite discernir qué elementos son los configuradores de la identidad del periodista y cuáles han actuado – y actúan – como desintegradores de su modo de ser propio: esa "norma medular, ética-jurídica, que constituye la identidad del periodista" consiste "en realizar la Justicia, cumpliendo libremente el deber de informar". Es la íntima conexión existente entre Justicia y actos informativos lo que resuelve adecuadamente el eterno problema de la identidad del informador, porque "al dar información está dando a todos y a cada uno lo que es suyo, aquello a lo que tiene derecho" y porque al investigar y difundir información realiza una mediación que es imprescindible para que el público pueda ejercer con plenitud su derecho a la información; en definitiva: está cumpliendo con su deber de informar.

Los condicionamientos políticos y sociales heredados, el reto económico, social e informativo – en último término – de las nuevas tecnologías se comprenden así desde unos criterios sólidos que no sólo permiten realizar un diagnóstico preciso de lo que Carlos Soria llama "crisis endémica" de la profesión informativa, sino que, además, y justamente en la misma medida en que se señalan las causas de la aparente "perenne inmadurez del periodismo", se abre paso una solución válida: la consideración de las actividades informativas en su carácter esencial de relaciones iusinformativas.

ANA AZURMENDI

**Ana AZURMENDI**

[aazur@unav.es](mailto:aazur@unav.es)

[arriba](#)