

Galería de Papel. Rodolfo Hernández (1999)



La Torre de Babel

Resumen

Existen principalmente tres factores que obstruyen la clarificación conceptual del periodismo. Por una parte, la confusión persistente entre los términos más usuales de la profesión; por la otra, las metaforizaciones provenientes de la cultura cibernética; y finalmente, el binomio poder-información. Asegura el autor que el caos del mundo periodístico, La Torre de Babel, no proviene tanto de las perturbaciones éticas, sino de la confusión entre la función social y la operación de transmisión de mensajes. Finaliza advirtiendo que en la próxima década, el debate rondará entre una concepción mercantil del periodismo, y otra más humanista, basada en la mediación político-social

■ Jesús María Aguirre

“Ea, pues, bajemos, y una vez allí confundamos su lenguaje”
(Génesis, 11,7)

Abstract

There are three major factors that impede the conceptual clarification of journalism. First, the persistent confusion over the most common terms of the profession; second, the metaphors that come out of the cybernetic culture; and finally, the binomial: power-information. The author claims that the chaos in the world of journalism, the Tower of Babel, does not arise so much from ethical concerns but rather from the confusion between the social function and the operation of the transmission of messages. The article concludes suggesting that in the next decade the debate will revolve around a mercantilist conception of journalism in confrontation with a more humanist one based on social-political mediation.

Pocas profesiones están sometidas en sus definiciones al choque conceptual del periodismo. Los factores son múltiples, pero exploremos principalmente tres que obstruyen su clarificación. Las Escuelas de Periodismo, y más aún las así llamadas “Escuelas de Comunicación Social” no se han caracterizado precisamente por elaborar un pensamiento sobre la comunicación, independiente de las modas teóricas y de las mareas tecnológicas o de la intrusión de cualquier otra perspectiva disciplinar.

La primera *confusión persistente* entre los términos más usuales en la profesión como información y comunicación –ambos multívocos–; entre periodismo y comunicación social; entre publicidad y publicística; entre comunicación social y comunicación de masas, por no citar sino los núcleos semánticos más problemáticos, vuelve casi imposible el desarrollo de una polémica razonable sobre el perfil profesional.

La equivocidad campea a sus anchas cuando tales términos, asociados al halo de la modernización tecnológica, se utilizan como dispositivos para la mercadotecnia de nuevos productos digitales, cuya gama crece día a día, o como resortes de promoción de nuevas carreras bajo el señuelo de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación.

Una segunda fuente de oscurecimiento proviene de las metaforizaciones de la *cultura cibernética*, que impregnan nuestras sociedades. Cuando las fronteras entre los sistemas mecánicos, biológicos y socio-humanísticos se desdibujan y se habla de máquinas espirituales, códigos genéticos, aparatos ideológicos o realidades virtuales. Estos saltos y cruces semánticos, saltando todas las diferencias conceptuales, como si hubiera una homología entre unos y otros sistemas, quiebran la pretensión cartesiana de buscar ideas claras y distintas, abriendo un sin número de malentendidos.

Todavía hay otra tercera fuente más perturbadora, que instrumentaliza la babel conceptual para efectos políticos y es el *binomio poder-información*. Como el funcionamiento de un Estado depende en gran medida de la salud de los nervios del poder, es decir de sus comunicaciones, la

del periodismo

lucha por el control de los flujos informativos y de los actores competentes para controlarlas no favorece sino obstaculiza el debate conceptual sobre los temas relativos a la información/comunicación (derecho a la información, veracidad, libertad de expresión, ejercicio profesional...) y a otros términos afines.

Tampoco las empresas están preocupadas en los deslindes teóricos y se sienten tanto más proclives a la jungla verbal y no a la clarificación de los perfiles profesionales, por cuanto la espesura favorece la ley de la selva y la flexibilización laboral de un oficio indefinido.

Las universidades, prensadas entre el Estado y las Empresa que marcan la dinámica del mercado laboral, no se han caracterizado precisamente por arrojar luz sobre el terreno, sino más bien han ido reflejando las interminables controversias, que han servido para multiplicar unos foros reiterativos y ofuscar a los candidatos al ejercicio profesional. Entre tanto la seducción mediática sigue engrosando la matrícula de las cada vez más numerosas escuelas de periodismo, comunicación social, ciencias de la información, artes comunicativas, ciencias y artes audiovisuales, comunicaciones digitales, comunicación mercadotécnica y organizacional, mercadeo social, etc.

Cual otro Jehová los competidores en las definiciones profesionales: Estado, Empresas y Universidades, parecen estar más interesados en mantener la disolución conceptual que en configurar un nuevo protagonista, que les reste poder. En definitiva, el tema de la comunicación en la sociedad es demasiado temible como para que lo manejen solamente los periodistas. Esta aparente y sana razón encubre, pues, la preocupación para que no se constituya un poder distinto al establecido, y en ese punto confluyen muchos agoreros bajo la consigna de que los periodistas son un gremio a extinguir. Lamentablemente ciertos periodistas con su ejercicio depravado les dan la razón.

¿PROBLEMAS DEL REALISMO MÁGICO?

Más de una vez me he preguntado si la confusión babeliana obedece a un pensamiento cercano al realismo mágico, que todavía no ha ascendido al reino de la formalización. Sin embargo, algunos datos fehacientes contradicen esta apreciación que nos arrincona en la minusvalía intelectual frente a los centros académicos de los países desarrollados.

“

“Acepto lo que todos los comparecientes casi unánimemente y los propios compañeros de la Comisión estamos constatando: que es imposible e indeseable intentar dar una definición de periodista” (Aguinaga, 2002:162).

”

Baste con mirar a un país como España para saber a ciencia cierta que nuestros vahos conceptuales no son exclusivos del periodismo tercermundista. En un ensayo agudo del Dr. Enrique de Aguinaga sobre “el periodista en el umbral del siglo XXI” (Aguinaga, 2002), no sin cierta ironía, analiza el Diario de sesiones del Congreso de Diputados, en el que se transcriben las respuestas de catorce prohombres del periodismo —empresarios, académicos y periodistas— a la pregunta de “quién es periodista”. Entre los miembros consultados se incluyen los conocidos periodistas Pedro José Ramírez, director de *El Mundo* de Madrid; Iñaki Gabilondo, director del programa “Hoy por hoy” de la *Cadena SER*, y Juan Luis Cebrián, consejero-delegado de PRISA, editora de *El País*.

La circunstancia, por lo demás, revestía una relevancia particular pues provenía de una consulta hecha a solicitud de la Comisión Constitucional del Congreso para dirimir imprecisiones jurídicas en torno al destinatario de los derechos vinculados al secreto profesional y la cláusula de conciencia en el ejercicio informativo.

Lo sorprendente del caso no es que Iñaki Gabilondo respondiera simplemente con un “no sé”, o que Juan Luis Cebrián comentara: “no tengo una definición de periodista”, sino que en la última sesión, el diputado del grupo socialista Del Pozo resumiera las catorce comparecencias en el templo supremo de las leyes con la siguiente sentencia:

“Acepto lo que todos los comparecientes casi unánimemente y los propios

compañeros de la Comisión estamos constatando: que es imposible e indeseable intentar dar una definición de periodista” (Aguinaga, 2002: 162).

Es comprensible que el Estado como máximo empleador de periodistas o que los empresarios, dudosos representantes de sus empleados, vaporicen el oficio periodístico por no decir profesión, en aras de un manejo sumamente flexible de las actividades que controlan para su beneficio político o económico, pero no deja de ser patético que el Presidente de la Federación de Asociaciones de la Prensa Española (FAPE), Jesús de la Serna, afirme que según la “Constitución todos los ciudadanos españoles son periodistas”. Por lógica habría que entender, por tanto, que su Federación asocia a todos los miembros de su país, siempre que coticen puntualmente.

Con semejantes argumentos, basados en el derecho de la familia a enseñar a los hijos o de las madres a curar a sus bebés, pudiéramos dictaminar que todos los ciudadanos venezolanos son educadores y enfermeros, por no decir médicos.

Si a esta desfiguración de la profesión se añaden los pronósticos de algunos consultores de comunicación, como Carlos Soria, quien vaticina que “la profesión periodística, tal como la conocemos, es una especie en vías de extinción”, bien pudiéramos dar por terminada nuestra reflexión en aras de desarrollar una paleontología de la profesión periodística, pues la mirada hacia el futuro sería imposible e indeseable.

Afortunadamente, los estudios de Félix Ortega, Humanes María Luisa, Marisa García de Cortázar, María García de León (2000), Enrique de Aguinaga (2002) y otros presentan una realidad sobre el ejercicio periodístico en la península, más consistente que la de los mencionados agoreros, aun con las incertidumbres propias de una profesión que como otras, se ve envuelta por las transformaciones profundas de la Sociedad de la Información.

LUCES PRAGMÁTICAS

El pragmatismo de investigadores estadounidense como Johnstone, Weaver y Wilhoit arroja más luces para determinar el campo semántico y los usos en los que se inserta la profesión periodística que toda la caterva conceptual de los juristas asalariados del Estado y de las empresas. En un trabajo coordinado por Weaver y publicado con el título *The Global Journalist* (Weaver, ed. 1998), describe la situa-

ción en 21 países de los periodistas en ejercicio. La selección de la muestra se basa en indicadores de una población que obedece a las características del ejercicio público de información en medios de comunicación registrados en los países respectivos.

La encuesta sociológica aplicada a más de 20 mil periodistas alrededor de todo el mundo durante diez años, comprueba que el ejercicio del periodismo sigue con plena vigencia, si bien la práctica del periodismo irá cambiando por el impacto de las nuevas tecnologías.

Hay tres aspectos del estudio que merecen nuestra atención por la vinculación con las perspectivas curriculares que nos interesan: la tendencia del mercado laboral, el nivel de formación exigido y la incidencias de las nuevas tecnologías.

Según dicho estudio China y Estados Unidos acumulan el mayor número de periodistas, aunque para el período estudiado, los periodistas estadounidenses con dedicación plena –unos 122.000– suponen una vez y media la cifra de los profesionales chinos, a pesar de que la población americana apenas equivale sólo a la cuarta parte de la china.

La inferencia sobre esta desigualdad lleva a Weaver a confirmar que los países más avanzados económicamente y más democráticos en el plano político tienden a presentar una proporción mayor de periodistas. No parece, pues, probable que a medida que avanzan las sociedades los medios periodísticos y sus practicantes se reduzcan cuantitativamente o resulten disfuncionales a la dinámica democrática.

En este sentido lo más probable es que el *mercado laboral*, caso de mantenerse otras variables con cierto equilibrio (estabilidad económica, marco democrático, aumento de la población), sigan en aumento.

Respecto a los *procesos formativos*, si bien no faltan empíricos exitosos que defienden la tesis de que el periodista “nace y no se hace”, en los países más desarrollados el número de periodistas con título universitario, no siempre específico en comunicación, se va incrementando.

En EE.UU. la mayoría ostenta un título de formación universitaria de cuatro años, y en once de los dieciocho territorios, donde Weaver pudo obtener este dato, la mitad de los periodistas poseen al menos cuatro años de educación superior. Así, por ejemplo, en el área iberoamericana, España, Brasil y Chile más de la mitad de sus profesionales han obtenido una titulación universitaria en periodismo, alcanzando el máximo el mercado laboral

66

La inferencia sobre esta desigualdad lleva a Weaver a confirmar que los países más avanzados económicamente y más democráticos en el plano político tienden a presentar una proporción mayor de periodistas.

99

español (87%). Al contrario Gran Bretaña representa el nivel más bajo (4%) de titulados en Escuelas de Periodismo.

El resultado promedio de quienes ejercen el periodismo con licenciatura específica alcanza a un tercio, sólo ligeramente por debajo del 39% existente en Estados Unidos. En Venezuela según pudimos comprobar en el estudio culminado en 1998 se rebasa el promedio de la muestra mundial y se aproxima al de EE.UU., debido entre otros factores a la presión ejercida por el Colegio Nacional de Periodistas (Aguirre 1998).

El futuro de la demanda de titulación no parece, pues, estar en cuestión, al menos en la próxima década, aunque las vías para acceder al ejercicio profesional se diversifiquen en términos curriculares.

Lamentablemente, el señuelo de una carrera promisoría en la era de la comunicación, explotado por las Universidades con la oferta de múltiples carreras de dudoso nivel y calidad, abre otras preguntas que requieren ulteriores evaluaciones.

El tercer aspecto de la incidencia de las *nuevas tecnologías* reviste un interés especial, ya que con el boom de Internet durante el cambio de milenio, han abundado predicciones sobre la desaparición de los periodistas en el nuevo entorno digital.

Para la fecha del estudio de Weaver un tercio de los periodistas de diarios estadounidenses declaraban utilizar habitualmente Internet, si bien el público general estaba aún bastante más lejos de dicha línea.

En general, la masificación de las consultas en línea va orientada más por ahora hacia las comunicaciones privadas (correo electrónico, chat...), comercio electrónico y otros servicios de consulta o búsquedas, que a la comunicación pública.

En la fase actual están en aumento los grupos de información, listas de distribución y otras modalidades semipúblicas, que no constituyen propiamente comunicación pública de masas.

Parece, pues, que seguirán coexistiendo los periódicos tradicionales impresos con los diarios digitales, aunque su interrelación y participación en el mercado variará con el tiempo, sobre todo, a favor de la segunda modalidad.

En cualquier caso, siempre que se pregunta a periodistas de cualquier parte del mundo sobre qué papeles, funciones de su profesión, consideran más claves, independientemente del medio tecnológico, la mayor parte se refieren a “suministrar noticias, aportar análisis e interpretación y ejercer de vigilantes ante la actividad gubernamental”. No faltan quienes con menor frecuencia estadística mencionan la importancia de facilitar entretenimiento, a sabiendas de que la línea divisoria entre noticias y entretenimientos se desdibuja, sobre todo en los medios audiovisuales.

Asimismo las expectativas de los públicos de ayer y hoy se centran en el valor noticioso, es decir, en la credibilidad de las noticias transmitidas, entendiéndose por ello su veracidad –verificación de las informaciones antes de publicarlas–; en su objetividad –exigencia de precisión de los datos respecto a la realidad–; y en la imparcialidad de los mediadores informantes –pluralidad de las voces involucradas en los hechos– (Morin, 1998).

No puede, por tanto, hablarse de periodismo cuando los productos se refieren a chismografía, rumores infundados y un sin fin de modalidades de cháchara mediática, por más que algunos pretendan darles estatuto de género periodístico.

A este respecto el catedrático José Luis M. Albertos alerta sobre las desviaciones actuales del periodismo por la tendencia a considerar la noticia como algo que forma parte del mundo del espectáculo o la tendencia no menos perversa que conduce al olvido de la doble distinción entre relatos y comentarios (Albertos, 1999).

Pero, a mi entender, el caos del mundo periodístico y de las especializaciones profesionales afines, no proviene tanto de las perturbaciones éticas, cuanto de la confusión entre la función social de la profesión y la operación de transmisión de

mensajes, en un mundo densamente interconectado.

Si partimos del supuesto de que todo emisor que transmite mensajes por un medio tecnológico es periodista, tenemos ya instalado el virus conceptual en el núcleo de la cuestión. Admitido ese supuesto tenemos que convenir que todo animal parlante de cualquier asunto o que los actores públicos, sean mercachifles, propagandistas, publicistas, *showman*, predicadores, políticos, o exhibicionistas, por su componente expresivo son comunicadores sociales y/o periodistas.

Pues bien, este exabrupto conceptual con unas variaciones pedantes, tiene vigencia no solamente entre quienes denigran del periodismo, sino entre los mismos doctores de la profesión cuando irónicamente se preguntan: ¿acaso aporta algo el periodismo a la sociedad?

El argumento algo más refinado, hoy en día, es que gracias a Internet y a la nueva revolución tecnológica de la información, todos podemos ser informantes de lo que ocurre en nuestro entorno y a la vez receptores. ¿Para qué se necesitan intermediarios, cuando las conexiones con el entorno son tan directas?

Eludiendo todas las cuestiones que conciernen a la creación de los espacios públicos en la construcción social de las democracias; negando la necesidad de establecer reglas de interacción comunicativa entre gobierno y ciudadanos o ciudadanos entre sí, y olvidando la conveniencia de organizar mecanismos de mediación que garanticen la selección de una información fidedigna como servicio público y un intercambio recíproco entre los actores e instituciones sociales, se nos quiere hacer creer que, gracias a la democracia virtual de Internet, los periodistas entrarán en fase de extinción.

No es mi propósito responder a esta falacia, a la que hemos dedicado varios artículos (Aguirre 2001; 2002), sino destacar las líneas de fuerza en el debate actual y las divisorias que es preciso establecer, a partir de la consideración de las funciones sociales del periodista y de otras profesiones u oficios afines en la esfera de las comunicaciones sociales y de masas.

DOS DISTINCIONES CRUCIALES PARA LA DEFINICIÓN DEL PERFIL PROFESIONAL

La *primera distinción* tiene que ver con la equiparación de derechos comunicativos entre periodistas y ciudadanos, basada en la libertad de expresión. Es fundamental

“

El caos del mundo periodístico y de las especializaciones profesionales afines, no proviene tanto de las perturbaciones éticas, cuanto de la confusión entre la función social de la profesión y la operación de transmisión de mensajes, en un mundo densamente interconectado.

”

esclarecer los límites entre el derecho a la información y comunicación de los ciudadanos, en general, y de los periodistas en el ejercicio profesional de la comunicación pública en particular, ya que tienen pertinencias distintas. Aquél es un derecho de todos en cuanto ciudadanos que gozan de derechos políticos y sociales, y éste está vinculado a la calificación de determinados ciudadanos para rendir un servicio de carácter público a través de medios institucionalizados y bajo condiciones socialmente legitimadas.

Téngase en cuenta que, aun en los casos en que se despliegan medios y redes con alta interactividad –pública o semipública– la iniciativa y responsabilidad informativa parten de un ente, legalmente registrado, a efectos de dedicarse a una actividad socialmente beneficiosa. La evitación de un posible caos comunicacional y la conveniencia de establecer algún ordenamiento social impone el principio de atribución de los mensajes públicos a alguna persona física o jurídica, en su calidad de mediador o intermediario. Cuando tal persona ha sido una sociedad anónima o el dueño de una empresa de medios, la racionalidad de la división del trabajo en las sociedades complejas ha llevado inevitablemente a la creación de una serie de funciones, que realizan personas capacitadas a través de la experiencia o de la formación teórico-práctica para las tareas correspondientes de construir la “actualidad”.

Además desde el punto de vista de la pragmática lingüística es clave la distinción entre emisor y enunciador, así como también la de receptor y destinatario. Las condiciones pragmáticas del emplazamiento (*setting*) de un ciudadano común y de un periodista ante la sociedad no son idénticas en sus transacciones comunicativas. A diferencia del periodista, al ciudadano no se le exige que ofrezca un servicio de información actualizada y regular, suficientemente contrastada o verificada, a través de un medio público (privado o estatal), con adecuadas competencias expresivas y dirigidas a unos destinatarios potenciales o reales.

La razón es que el periodismo es una práctica social institucionalizada –haya colegiación obligatoria o solamente asociaciones libres–, en que se reconocen ciertas competencias de algunos actores sociales por parte de la colectividad. Los representantes gubernamentales o políticos perciben bien la distancia entre la solicitud de información realizada por un ciudadano a título personal y el requerimiento planteado por un periodista en una rueda de prensa. Ambos son ciudadanos, pero negarse a responder en este emplazamiento institucionalizado tiene unas implicaciones diversas que la evasiva a un cuestionamiento particular en la calle.

Otro tanto ocurre con la diferencia entre las actividades comunicativas de colaboradores de diversas profesiones, que eventualmente escriben o participan en una página de opinión o un programa de radiodifusión, y los profesionales que viven del oficio de rendir servicios regulares en las empresas. Confundir los distintos emplazamientos con los respectivos derechos y obligaciones o desconocer las transacciones socialmente establecidas sobre qué, cómo, cuándo y dónde ofrecer información socialmente relevante para los públicos, puede responder a una falta de claridad conceptual o a unos intereses inconcesados.

La *segunda distinción* crucial se refiere a la conceptualización de las clases de funciones establecidas en el desarrollo de los medios modernos de expresión. En principio la cuestión no era de carácter normativo sino práctico. De hecho, en la fase de constitución de las democracias se ha ido consolidando la profesión de periodista en contraposición a otras actividades, incardinadas también en los medios de difusión, como la de la publicidad, la creación de ficción, la presentación de espectáculos, la educación a distancia, etc.

La publicidad, entendida como promoción de productos, o la propaganda, co-

mo persuasión doctrinal, son también funciones reconocidas, que requieren capacidades comunicativas y canales de transmisión, pero obedecen a otro tipo de servicios enmarcados en el marketing comercial, en el mercadeo social, en las campañas políticas o en la evangelización religiosa. Históricamente algunas personas versátiles provenientes de otros oficios y profesiones se desempeñaban en los medios con múltiples funciones, que después se han ido desgajando.

Otro tanto cabe decir del conjunto de actividades y espectáculos, que se encuadran en la función de entretenimiento, y que admiten un sin fin de géneros. No debemos olvidar, por ejemplo, que la radio y la televisión absorbieron en sus inicios, además de periodistas, numerosos artistas, dramaturgos, circenses, músicos, educadores, comentaristas deportivos, y, en general, gente del mundo del espectáculo, etc. De alguna manera toda actividad humana es susceptible de convertirse en espectáculo tal como han demostrado los *reality show*, pero el público ha cultivado una capacidad discriminante sobre las funciones de los diversos programas y recurre a las convenciones sociales para situar los emplazamientos.

Las interrogantes derivadas por el hecho de que un mismo emisor pueda realizar diversas actividades con distintos emplazamientos o de que un medio de difusión pueda ofrecer espacio para desplegar diversas funciones, no deben ser motivo para confundir unos niveles con otros. Si así fuera, el hecho de intervenir en una plaza pública haría equiparables las funciones del orador político, el predicador, el voceador de noticias, el vendedor y el saltimbanqui.

Por fin, partiendo del supuesto que ningún artefacto inteligente sustituirá en último término la acción humana en la producción social de la comunicación y en la construcción social de la "actualidad", no hay que temer que la convergencia tecnológica haga homologables las operaciones humanas y las mecánicas, ni que las hibridaciones de los productos comunicativos acaben con la diferenciación de las funciones sociales de informar, publicitar o entretener, a pesar de las contaminaciones mutuas.

El debate crucial de la próxima década se proyectará entre la concepción de un periodismo, conceptualizado mercantilmente como función rentable de una rama industrial y otra más humanista, basada en la mediación político-social, de intermediarios humanos que conciben la profes-

“

El debate crucial de la próxima década se proyectará entre la concepción de un periodismo, conceptualizado mercantilmente como función rentable de una rama industrial y otra más humanista, basada en la mediación político-social, de intermediarios humanos que conciben la profesión como una función social

”

sión como una función social en el marco de la profundización de la democracia política. La primera tratará de borrar las fronteras entre periodistas y operadores de mensajes de las industrias culturales y la segunda persistirá en mantener las diferencias teórico-prácticas. El asunto es demasiado importante como para que lo manejen sólo los periodistas, pero más grave aún es que les nieguen a los periodistas una auto-definición de su ser y quehacer en la sociedad.

De todos modos, siempre habrá quienes estén dispuestos a bajar al mundo de la comunicación social para confundir el lenguaje y las prácticas sociales que conciernen al periodismo y profetizar su inminente extinción.

■ **Jesús María Aguirre**
Comunicador social y director de la Revista Sic del Centro Gumilla

Notas y referencias bibliográficas

Aguirre, Jesús María (1998) *La estructuración de la identidad profesional del comunicador social en Venezuela*. Universidad Católica Andrés Bello, Ucab.

_____ (2001) "¿Desaparecerán los periodistas o se mutarán?", En: *Revista SIC*, N° 637, agosto, pp. 201-204.

_____ (2002) "Los artífices de las comunicaciones en red: nuevos oficios y profesiones", en: *Revista Mundaiz*, N° 63 zk. Universidad de Deusto, San Sebastián, pp. 135-166.

Albertos, José Luis (1999) "El periodismo en el siglo XXI: Más allá del rumor y por encima del caos". *Estudios sobre el mensaje periodístico*, N° 5, pp. 15-35. Madrid.

De Aguinaga, Enrique (2002) "El periodista en el umbral del siglo XXI", en: *Estudios sobre el mensaje periodístico*, Vol. 8, pp. 157-170.

García de Cortázar, Marisa y García de León, María Antonia -coord.- (2000) *Profesionales del periodismo*, CIS, Madrid.

Martín Barbero, Jesús (2002) "La crisis de las profesiones en la sociedad del conocimiento", en: *Revista Nómadas*, N° 16, pp. 177-181, Bogotá.

Martínez, Omar Raúl (2002) "El periodista: su ser y quehacer", *Revista Mexicana de Comunicación*, noviembre-diciembre, México.

Morin, Richard (1998) "Reporting on the Media". *The Washington Post National Weekly Edition*. 16-II-1998.

Ortega, Félix y Humanes, María Luisa (2000) *Algo más que periodistas. Sociología de una profesión*. Ariel Sociología, Barcelona.

Varis, Tapio (1996) "Communication competence and the Information Society", 13, December, University of Helsinki.

Weaver, David - ed. - (1998) *The Global Journalist: News People Around The World*. Cresshill, N.J., Hampton Press.

_____ (1999) "Periodismo y nuevas tecnologías: perfiles de los periodistas del siglo XXI", en: *CIC*, N° 4, Servicio de Publicaciones UCM, Madrid, pp. 219-229.

Otras fuentes:

La Revista *Comunicación: Estudios Venezolanos de Comunicación* ha mantenido una reflexión constante sobre la función social del periodismo y los procesos formativos desde su aparición. Véanse especialmente algunos números monográficos:

Escuelas de Comunicación, N° 7, abril de 1976, Caracas.

Nuevo Periodismo, N° 37, marzo de 1982, Caracas.

Comunicadores y Participación, N° 43, octubre de 1983, Caracas.

Balance de una década, N° 51-52, 1985, Caracas.

Y detrás... los comunicadores, N° 58, octubre de 1987, Caracas.

Comunicación Social. Ucab. Perfiles profesionales, N° 69, 1990, Caracas.

Investigación. Retos y propuestas, N° 76, cuarto trimestre de 1991, Caracas.

La comunicación profesional: perspectivas, N° 87, tercer trimestre de 1994, Caracas.

Periodismo emergente, N° 93, primer trimestre de 1996.

Comunicación organizacional: ¿una moda más? N° 99, tercer trimestre de 1997.