

# Derecho a la comunicación

## y compromiso ético de los comunicadores

### EL RECLAMO POR UNA ÉTICA DE LA COMUNICACIÓN

a) Asistimos a una degradación de la democracia en el plano mundial. El aumento de la desconfianza en las instituciones internacionales y nacionales deriva hacia una descomposición moral y la anomia social. Pero la creciente conciencia de la *pérdida de un eje* de fundamentación moral, a partir de los desastres bélicos -guerras mundiales-, etnocidios, terrorismo, fundamentalismos de diverso cuño y los permanentes sismos sociales han inducido la necesidad de una vuelta a la ética, en un mundo signado por la información y la comunicación.

b) La configuración del mundo contemporáneo, cada vez más globalizado por la ruptura de fronteras espacio-temporales, resiente cada vez más la incidencia de los medios de difusión como *actores políticos disolventes*. En contraste con la difusión cultural de los estados-nación de la modernidad, que proveían la integración social por la aculturación hegemónica de la escuela y la comunicación públicas, las industrias culturales presentan hoy un mundo antropológicamente fragmentado, de moral relativista, con una humanidad instrumentalizada por el mercado y la política. Frente al etnocentrismo de una moral cívica, constituida por las apelaciones patrióticas, hoy se impone el replanteamiento de una ética mundial, basada en el derecho a la comunicación.

*La contienda entre la posición gubernamental y la Sociedad Interamericana de Prensa dejó una vez más en evidencia la falta de claridad en la fundamentación del derecho a la comunicación y el manejo de criterios concernientes al ejercicio del periodismo.*

*Nos sumamos al debate proponiendo nuestro punto de vista*

■ **Jesús María Aguirre**

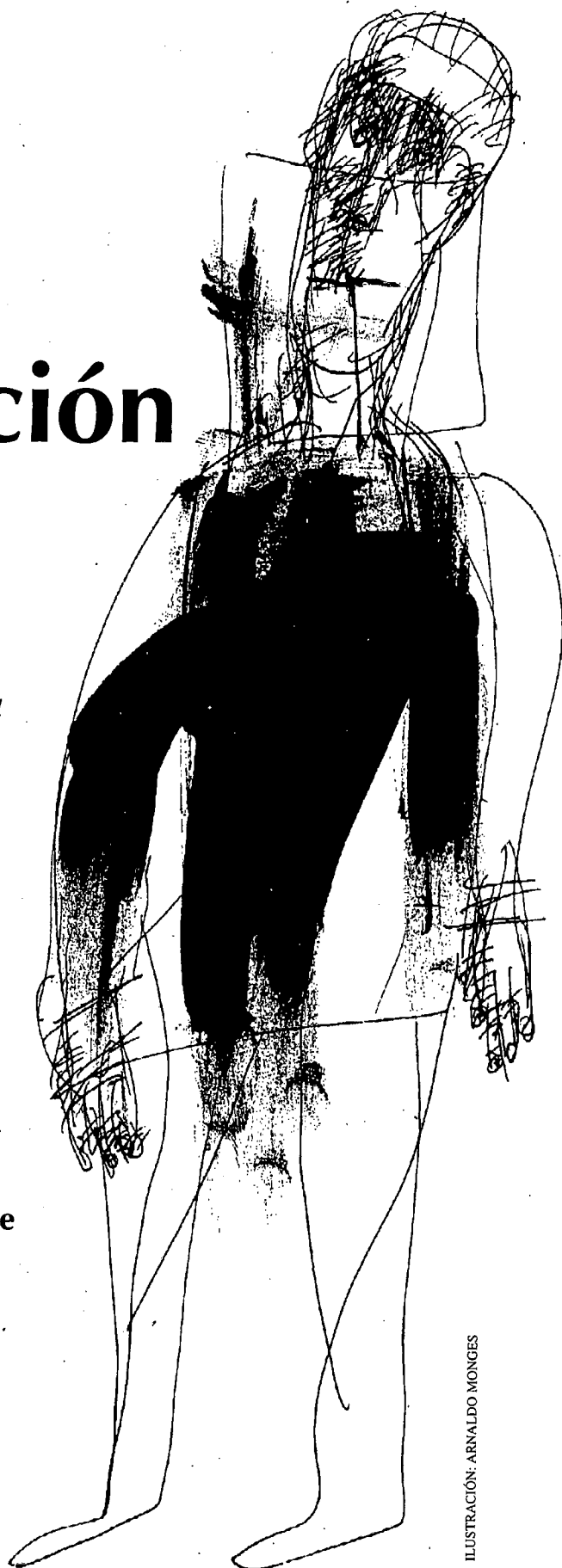


ILUSTRACIÓN: ARNALDO MONGES

c) La reconstrucción democrática desde una ética comunicativa parte no solamente de la preocupación creciente por la intervención estratégica de los medios de difusión, sino de la conciencia progresiva de la *estructura dialógica* de toda moral, y por tanto, de una ética que se conciba como síntesis de los principios normativos supremos de toda acción. La siguiente reflexión, deudora del giro que ha dado el pensamiento actual sobre la fundamentación ética, va orientada a esclarecer el nuevo viraje hacia el derecho a la comunicación, para esclarecer, seguidamente las transformaciones que afectan a los actores principales de la comunicación pública.

## I. LA DISCUSIÓN ACTUAL SOBRE LA ÉTICA DE LA COMUNICACIÓN

**1.1.** En la discusión sobre los criterios que deben regir la conducta de los gobernantes, de los empresarios y de los comunicadores sociales, en el desempeño de las actividades comunicativas públicas, siempre se llega a un punto límite, en que los argumentos se vuelven circulares. Ante la dificultad de ponerse de acuerdo sobre unos lineamientos sobre la libertad de expresión, la información veraz, y la libertad de opinión pública, se reclama una actitud ética a los actores involucrados. Pero ¿de qué ética estamos hablando, si ni siquiera estamos básicamente de acuerdo sobre los principios de la veracidad y de la libertad responsables?

Sin una confianza básica en la sinceridad de los interlocutores y de la cadena de testigos que intervienen con sus observaciones verificadas sobre los hechos en la comunicación pública, mal podemos hablar de una ética de la comunicación social, como posibilitadora de la democracia. Es decir, se requiere de un horizonte de sentido, en que la búsqueda del entendimiento y de la convivencia sean facilitadas, aun cuando las fronteras limítrofes puedan ser fijadas por vía negativa con unos acuerdos de penalización (Habermas 1988).

Dada la condición básica de la coherencia entre las percepciones y/o los sentimientos y las expresiones de quienes comunican, fruto de la sinceridad, es imprescindible que la información sobre los hechos -aun con las complejidades epistemológicas que supone toda observación- vaya acompañada de unos criterios básicos de objetividad (correspondencia entre los enunciados y los hechos), pertinencia (adecuación del enunciado con el tema

“  
 Toda comunicación se basa  
 en la diferencia, marcada  
 por la autoreferencia, que puede  
 tender hacia los acuerdos, pero  
 sin que se llegue a la fusión,  
 que supondría la exclusión  
 de las identidades personales  
 y sociales.  
 ”

y perspectiva propuestos), y validez (cierta completitud sobre los actores y factores intervinientes en el acontecimiento).

En la fenomenología de las comunicaciones interpersonales, grupales y aun comunitarias, recurrimos a estos criterios, cuya interpretación justamente provoca las discusiones. ¿Cuál fue el hecho? ¿Quiénes lo comunicaron? ¿Cómo fue descrito? ¿Qué papel jugaron los diversos actores? ¿Qué trascendencia y efectos tiene? ¿A quiénes afecta?, etc., estas y otras preguntas constituyen el cuestionario que cotidianamente aplicamos a los acontecimientos con una conciencia práctica y con unos sentimientos morales. Si analizamos formalmente estos sentimientos hallaremos también la estructura eminentemente comunicativa del “resentimiento” (me duele lo que me han hecho), de la “indignación” (me enoja por lo que han hecho a un tercero), y de la “culpa” (me arrepiento de haber herido a otro).

Si se considera irreal la aplicación de estas condiciones, dada la complejidad de los sistemas de comunicación actuales, al menos se requerirán instituciones legítimas que expliciten las reglas sobre la credibilidad y honestidad de las informaciones, que afectan a la colectividad. Precisamente cuando la mediatización de los hechos en una sociedad compleja y masiva, hace imposible corroborarlos y verificarlos por uno mismo y pululan los intereses contradictorios, se recurre a la

función de vigilancia periodística y de correlación de interpretaciones, como una necesidad social. Y aquí es donde habría que ubicar la problemática del ejercicio profesional de los participantes en el ámbito de la comunicación pública, y no así en la mera justificación del derecho a la libertad de expresión, propia de todo ser humano, que obviamente debe suponerse también en cualquier institución comunicadora (Aguirre 1997).

## 1.2. Ética comunicativa y proceso hermenéutico

Aunque la dinámica veloz en que se mueven las informaciones y las opiniones a través de los medios nos obligan a operar con una conciencia práctica, casi automática, sin embargo los espacios de reflexión nos permiten ahondar con una conciencia discursiva y evaluativa los mecanismos inherentes a las prácticas sociales con el objetivo de hacerlas conscientes y mejorarlas. Ahora bien, ¿cómo pasar de los criterios y sentimientos morales, expresados en las relaciones interpersonales y aun microsociales, a los principios de universalización, en analogía con el principio de inducción en las ciencias? En cualquier fundamentación filosófica, en que se trate de salvar la normatividad necesaria para la convivencia y la pervivencia de la especie humana hallamos dos principios radicales: el principio de no instrumentalización y principio de dialogicidad (Hoyos, 1994).

Obviamente el paso del principio de aquello que cada uno puede querer sin contradicción como ley general, a lo que todos de común acuerdo quieren reconocer como norma universal, exige el puente de las estructuras de la comunicación humana y de los correspondientes procesos interpretativos para lograr acuerdos.

Este proceso hermenéutico de la estructuración ética supone tres momentos: el inicial, el contextual, y el resolutorio, que distinguimos por razones analíticas, aunque su movimiento no hay por qué entenderlo linealmente.

- Momento inicial de interpretación: es la fase de comprensión de sentido de las expresiones lingüísticas, de las situaciones conflictivas, de las propuestas de cooperación social, etc., que se establecen recíprocamente. Partimos del reconocimiento del otro, de la diferencia, de las perspectivas culturales.
- Momento intermedio de argumentación contextual: la argumentación con razones y motivos contextualizados busca, a partir de la comprensión, lle-

var a acuerdos con base en las mejores razones, vinieren de donde vinieren. La actividad argumental es en sí misma normativa, lo que indica que en moral el principio comunicativo y dialogal es fundamental (postulados de universalidad, no contradicción, y sinceridad). La validez proviene de la aprobación de todos los participantes comprometidos en el discurso práctico.

Las reglas de aprendizaje práctico frente al autoritarismo, dogmatismo y escepticismo serían las siguientes:

- a. Todo sujeto capaz de hablar y de actuar puede participar en la discusión.
- b. Todos pueden cuestionar cualquier afirmación, introducir nuevos puntos de vista y manifestar sus deseos y necesidades.
- c. A ningún participante puede impedírsele el uso de los derechos mencionados anteriormente.
- Momento resolutorio de acuerdos y desacuerdos: se da un paso del modelo comunicacional al modelo contractual para el logro de los acuerdos sobre mínimos y los consensos en torno a principios básicos de la justicia como son la igualdad de libertades y/o de oportunidades y la distribución equitativa de los bienes primarios.

Naturalmente la relación entre consenso y disenso es muy problemática, ya que el absolutizar el consenso es privar a la moralidad de su dinámica y caer en nuevas formas de dogmatismo y autoritarismo, y, a su vez, absolutizar el disenso es darle la razón al escepticismo radical y al anarquismo ciego. En último término toda comunicación se basa en la diferencia, marcada por la autoreferencia, que puede tender hacia los acuerdos, pero sin que se llegue a la fusión, que supondría la exclusión de las identidades personales y sociales. Veamos a continuación las posibles proyecciones de esta dinámica normativa en el contexto de la democracia.

## II. DEMOCRACIA Y DERECHO A LA COMUNICACIÓN

### 2. Fundamentación del derecho a la comunicación y reconstrucción democrática

#### 2.1. Derecho a la comunicación y participación pública

A diferencia de la libertad de expresión y opinión, tipificadas en los dos siglos anteriores, las primeras formulaciones sobre el derecho a la comunicación, derivadas de la libertad de expresión, han surgido en este siglo a finales de los años

“

El Estado democrático de derecho no encuentra hoy su legitimación en los meta relatos teológicos y metafísicos, sino en el sentido deliberativo de la política y la justicia.

”

sesenta. Debemos a Jean D'Arcy la primera enunciación que abre y enriquece conceptualmente tal derecho (D'Arcy 1969). Posteriormente a mediados de los años 70 la Conferencia General de la Unesco autorizaba al Director general “a analizar el derecho a la comunicación”. (Fisher 1984). En el actual estado de la discusión, tras cierta depuración de numerosas adherencias y exigencias, a veces contradictorias, se desprenden los siguientes lineamientos:

- a. El concepto de un derecho del hombre a la comunicación está bien fundado y nadie cuestiona la existencia de un tal derecho. Las divergencias se manifiestan en lo que toca a las definiciones más concretas, como ocurre con otros derechos generales. Ello no obsta para que se intente llegar a un acuerdo consensuado sobre una definición que pueda ser sancionada por el derecho nacional e internacional.
- b. Los desacuerdos se refieren al asentamiento de este derecho. Unos lo ven como derivado del individuo y sólo secundariamente de la sociedad; otros, al contrario, estiman que la sociedad es el lugar primario de este derecho, y, por lo tanto, el Estado estaría habilitado para limitar el derecho en aras del interés general. Un compromiso intermedio sugeriría que el sujeto del derecho es el individuo en la sociedad o la humanidad en su conjunto.
- c. Hay también desacuerdo sobre el contenido de este derecho. Algunos quieren que la definición englobe todos los

derechos y libertades correspondientes al derecho a la comunicación, así como a sus condiciones posibilitadoras y a sus límites. Otros estiman que la definición del derecho a la comunicación debería ser una simple declaración de un derecho del hombre y que convendría dejar a otra instancia de nivel inferior el cuidado de enunciar las libertades y prerrogativas en materia de comunicación, precisar las circunstancias de las legítimas restricciones, y preconizar la repartición más equitativa de los recursos necesarios a la comunicación.

La definición provisoria que ha obtenido más adhesión y que provino del grupo de trabajo canadiense, ha sido la siguiente:

*“Todo individuo tiene derecho de comunicar. La comunicación es un proceso social fundamental que permite a los individuos y a las comunidades proceder a un intercambio de información y opiniones. Es una necesidad humana básica y el fundamento mismo de toda organización social. Los sujetos del derecho a comunicar son los individuos y las comunidades que componen” (Fisher 1984: 42).*

En el ordenamiento jurídico venezolano el artículo 66 de la Constitución consagra la libertad de expresión afirmando que “todos tienen el derecho de expresar su pensamiento de viva voz o por escrito”. Ahora bien, como observa el jurista

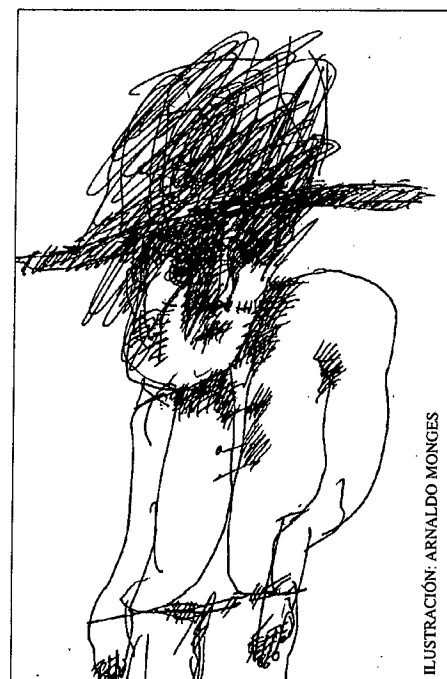


ILUSTRACIÓN: ARNALDO MONGES

Héctor Faúndez, esta disposición presenta dos deficiencias, pues sugiere una noción estrecha de libertad de expresión, reducida al ámbito de la manifestación individual, y además ceñida a los canales verbal y escrito. En el proyecto de reforma constitucional, pendiente en el Congreso, se propuso agregar un nuevo artículo, a continuación del 66 que garantice "el derecho a comunicar y recibir información veraz y oportuna" (Faúndez 1993: 15). Aun así no se le da la amplitud que se le ha dado internacionalmente incluyendo el derecho a la información. No es nuestro propósito ahora desglosar aún más este concepto filosófico-moral, atribuible a los individuos, las instituciones y los pueblos, con todas las implicaciones socioculturales, económicas, jurídicas y políticas que supondría su sanción a nivel nacional e internacional. Nos detendremos solamente en sus principales derivaciones políticas. (En el recuadro I se señalan algunas categorías fundamentales referidas al individuo, a los medios y profesionales, y a los pueblos)

## 2.2. *Opinión pública y democracia política*

El Estado democrático de derecho no encuentra hoy su legitimación en los metarrelatos teológicos y metafísicos, sino en el sentido deliberativo de la política y de la justicia. Y la política deliberativa tiene que basarse en las estructuras de la opinión pública y en las condiciones educativas que la posibilitan. El derecho positivo no es sino un instrumento mediador entre la moral, la democracia participativa y el Estado. Tenemos aquí una circularidad hermeneútica, en la que intervienen diversos actores -Estado, empresarios, gremios y sociedad civil, en general- con una asimetría en la asignación de recursos de autoridad y materiales. De ahí que para que el derecho no se convierta en medio de manipulación, es necesario intensificar la participación democrática de la sociedad civil con sentido de lo público.

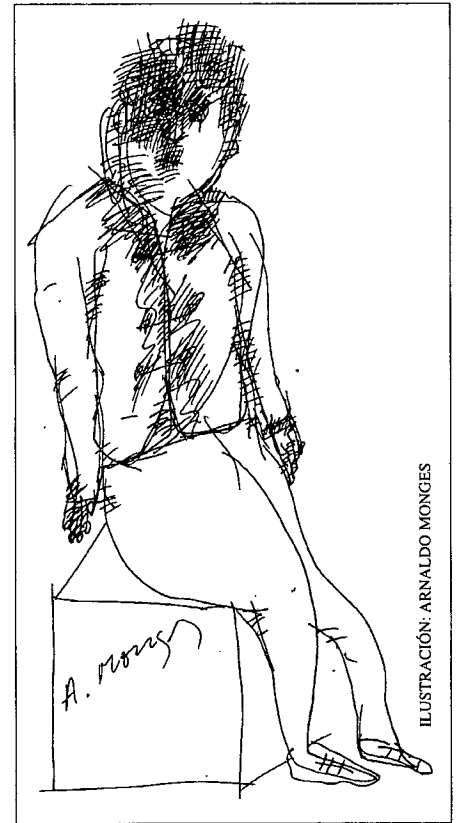
La posibilidad de que unos derechos subjetivos y formales se hagan efectivos en un conjunto social -es decir pasen de su carácter virtual al realizativo- depende de las condiciones de acceso y participación que se establezcan entre los actores. La noción se hace más visible, cuando se la interpreta en términos de poder, es decir, de la capacidad de obtener y utilizar libremente las informaciones necesarias sobre el entorno social, y de la capacidad de retornar mensajes sin restricciones al conjunto social. Solamente bajo estas con-

diciones es posible hablar de la construcción de una genuina opinión pública, basada en informaciones veraces.

Entendemos por "público" y derivadamente por "opinión pública": el espacio social, una estructura fundamental del mundo de la vida y de la sociedad civil, tejida por relaciones comunicativas inmediatas, cotidianas, autoevidentes y no especializadas, que se establecen en reuniones, asambleas, manifestaciones, comunicaciones colectivas etc. El potencial de opinión se convierte en voto y/o en poder político. De ahí que el Estado de derecho actual pase por los procesos de comunicación pública, mediados por las nuevas tecnologías de comunicación, en las sociedades modernas industrializadas. El problema actual de la opinión pública es que puede ser manipulada por los detentores de los medios masivos y estar fuertemente intervenida por las industrias culturales. No solamente hay un desigual acceso y participación de los ciudadanos en el descubrimiento y tematización de aquellos problemas que afectan vitalmente a la comunidad y en la comunicación para establecer consensos, sino que los sesgos de la industrialización de los medios distorsionan funciones básicas de la comunicación pública, como son las de vigilancia y correlación de las opiniones, además de la transmisión cultural.

## 2.3. *Instancias estratégicas y sociedad civil*

De ahí la importancia de la "sociedad civil", que está constituida por aquellas organizaciones y movimientos relativamente espontáneos, que descubren las situaciones y problemas, les dan relevancia política y los representan en la opinión pública. La pluralidad de posiciones es expresión de la libertad de reunión, asociación y opinión. Dichas posiciones, a su vez, tienen que articularse en las formas de la democracia participativa para influir en los partidos, en los órganos de decisión y en el gobierno. Ahora bien, en los modernos Estados-Nación los actores más fuertes en las transacciones sociales, que se han repartido estratégicamente el poder de información, han sido los Gobiernos, los empresarios, y los gremios. A su vez en el nivel internacional la doctrina del libre flujo, que deja a su merced las fuerzas de la geopolítica y del mercado globalizante, y favorece a las potencias económicas, ha dado al traste con las políticas de comunicación y cultura de los Estados-Nación, focalizando el interés en los derechos individuales.



Por otra parte en la actual fase neoliberal tanto los emporios de las industrias culturales como los empresarios de medios ocupan una posición estratégica, ya que se han convertido en los intermediarios hegemónicos de las interacciones comunicativas entre las demás instituciones y actores sociales por encima de las fronteras. No hay que perder de vista que la promoción de los derechos humanos en la década del 80 fue una punta de lanza para resquebrajar los sistemas políticos autoritarios, sobre todo del Este europeo. Está por verse su cometido en esta nueva etapa. Los gremios profesionales, cada vez más desarticulados, tratan de refundarse a partir de otras claves menos ideológicas y partidistas, rearticulándose también internacionalmente, pero sin la fuerza y el prestigio del pasado.

La imagen utópica de un "sólo mundo con voces múltiples", tiende a ser sustituida por "un mundo globalizado por el reparto transnacional". La guerra fría y la distribución de cotos ideológicos, que nos acostumbraron a un mundo polarizado, en que los países subalternos formaron el gremio de los no-alienados, han sido sustituidas por la guerra económica de una competencia caliente. La novedad actual de los flujos internacionales, vehiculados por las autopistas de la información, es que ya las unidades transnacionales intervie-

nen en operaciones transfronterizas por encima de las unidades nacionales y ya la vieja adecuación entre la soberanía y el control espacial ha quedado rota. Ante la importancia de regular los procesos de concentración monopólica u oligopólica de los medios de comunicación modernos, que afectan las estructuras comunicativas públicas de un Estado-Nación, antes se prevenían leyes antimonopólicas y/o políticas de protección cultural. Hoy, irónicamente, estamos pasando de la preocupación por la defensa de los derechos culturales de los pueblos y del derecho a la comunicación, a la mera defensa de los derechos de propiedad y autoría de las empresas transnacionales y la correspondiente libertad de difusión sin restricciones, ya que las instancias internacionales han sido desbordadas. Apenas han comenzado a retomarse los derechos colectivos de los pueblos y de las culturas, a medida que se están superando los bloqueos ideológicos de la guerra fría.

Pero en medio de la incertidumbre queda la esperanza que han abierto las Organizaciones No Gubernamentales y las Iglesias ante las instancias mundiales y nacionales, al convertirse en los voceros internacionales de los sin voz, justamente por encima de las fronteras de Estados-Nación y de los emporios industriales, que ahogan las libertades públicas (véase por ejemplo en el recuadro II el resumen del documento del Episcopado Canadiense). Algunas de estas organizaciones atienden al conjunto de los derechos humanos, como ocurre con Amnesty International o Provea, y otras, más especializadas se concentran en la defensa del derecho a la comunicación, como en el caso de la Federación Internacional de Prensa, Reporteros sin Fronteras, etc.

### III. COMPROMISO ÉTICO DE LOS ACTORES DE LA COMUNICACIÓN ÉTICA

#### 3. Función de los comunicadores sociales como intermediarios públicos

##### 3.1. Comunicaciones sociales y mediación pública

Obvia decir que el Estado democrático debe garantizar el espacio público donde puedan desplegarse todos los actores sociales a través de las normas de la carta fundamental. Históricamente, sin embargo, la lucha por la libertad de expresión se ha caracterizado por el enfrentamiento frente a los poderes establecidos, que tratan de utilizar su dominio para consolidar su posición. Los problemas de la censura han tenido que ver modernamente con los



Los medios de comunicación pública, en cuanto instituciones que vinculan empresarios y profesionales, realizan la doble función de filtrado (gatekeeper) y de generador de escenarios (agenda setting).

Por eso la institución responsable debe saber identificar la información valiosa para que una sociedad y una cultura se conciban e interpreten a sí mismas en un determinado período histórico.



límites de la intervención y restricciones de los Estados. No es, pues, de extrañar que los medios de difusión de los Estados hayan gozado de poca confianza y credibilidad, y que la sociedad civil haya sido recelosa con cualquier tipo de disposición legal que regule o limite la libertad de expresión. Hoy se admite, sin embargo, que la libertad de expresión no es absoluta, ni irrestricta, la misma Constitución contempla las formas no protegidas y las restricciones en caso de conflicto con otros derechos. Dentro de este marco la determinación de las fronteras está sometida a continuas pugnas y negociaciones.

Los *empresarios* de los medios, a su vez, han visto decrecer en grados distintos, el crédito que se les otorgara otrora. Los editores del pasado, convertidos en luchadores de la defensa de los derechos de la ciudadanía, tienen poco que ver, salvo contadas excepciones con los gerentes de unas industrias culturales, integradas en un pool de negocios multiformes. La

industrialización de los medios y las restricciones mercantiles han debilitado su posición de adalides de la libertad de expresión. La libertad de empresa y la función económica prevalecen sobre la lógica de la comunicación, y con el eufemismo de la autocensura, se encubren los mecanismos de control interno de los profesionales, que se deben a los públicos.

También los *profesionales*, integrados originalmente en los gremios para garantizar un servicio de interés público, además de la defensa de sus reivindicaciones sociales y económicas, corren el riesgo permanente de someter a su arbitrio los derechos de la ciudadanía. En este triángulo de poderes el compromiso ético de los actores que intervienen en los medios, sean del sector gubernamental o privado, tendría que ser el de constituirse efectivamente en instancias de una comunicación libre, formadora de criterios, canal de opiniones diferentes, pluralista, capaz de propuestas y argumentos con base en acuerdos de la sociedad civil.

Aun siendo conscientes de que factualmente los gobiernos y las empresas utilizan los medios meramente con intereses estratégicos de carácter político-mercantil y que la función de servicio público ciudadano se posterga ante las adherencias absorbentes de la propaganda y el entretenimiento, los comunicadores sociales tienen como razón de ser insoslayable el deber de mantener el principio del derecho a la comunicación, como criterio basal de las políticas de información, de los códigos de ética, y, en fin, de sus vocaciones personales. Fuera de esta lógica no se explican ni la legitimación profesional, ni la pretensión de la colegiación obligatoria, ni la existencia de unos tribunales disciplinarios.

Digamos que la actual división entre los tres poderes informativos -Gobierno, Empresarios y Gremios-, en que todos ellos legitiman su intervención sobre la base de la defensa del derecho a la comunicación, aunque busquen otros intereses estratégicos (fortalecimiento en el poder, flexibilización laboral, reivindicaciones gremiales...) tiene la ventaja para la sociedad civil de perpetuar una tensión dialéctica, que favorece a los ciudadanos. Sigue siendo válida aquella máxima de Lord Mac Gregor, según la cual a más conflicto, más libertad. De todos modos sería deseable una participación mayor de las organizaciones civiles en el establecimiento de las políticas de comunicación y en la evaluación de los procesos sociales de comunicación, a través de un Consejo

Nacional de Comunicaciones, de la figura de un ombudman, o de otras instancias supervisoras, ya experimentadas en otros países.

### 3.2. Las instituciones de los medios intermediarias de la comunicación pública

Los medios de comunicación pública, en cuanto instituciones que vinculan empresarios y profesionales, realizan la doble función de filtrado (gatekeeper) y de generador de escenarios (agenda setting). Por eso la institución responsable debe saber identificar la información valiosa para que una sociedad y una cultura se conciben e interpreten a sí mismas en un determinado período histórico. Es decir, deben saber construir, como precisa Massimo Desiato, el escenario de discusión más significativo para que las comunidades eleven su nivel de argumentación, sin dimitir de sus funciones de denuncia y concientización. A partir de esta lógica se

pueden establecer los lineamientos para una acción profesional, que fomente el derecho a la comunicación:

- a. Estar alertas en el medio socio-político con respecto a situaciones que puedan influir positiva o negativamente en el bienestar de la población.
- b. Destacar las noticias más significativas y analizarlas críticamente.
- c. Interesarse por aquellos políticos e intelectuales que representan grupos de oposición o minoritarios.
- d. Fomentar diálogos entre los más variados puntos de vista, no sólo de personas representativas, sino de miembros normales de la sociedad civil.
- e. Hacer expresar a los gobernantes las razones por las cuales ejercen el poder.
- f. Incentivar a los ciudadanos para que en lugar de ser meros espectadores, analicen, se involucren y participen en los procesos políticos.
- g. Oponerse a todo intento de reducir la independencia de los medios.

- h. Respetar la audiencia, también a cada uno en particular, como capaz de dar razón de sus opiniones y opciones. (Blumler, J.G. & Gurevith, M. 1995).

### 3.3. Problemas estructurales de los procesos actuales de comunicación

#### 3.3.1. La desestructuración de la opinión pública:

- a. La rivalidad entre la prensa escrita y la televisión ha sido resuelta a favor de esta última, que ha impuesto la morfología espectacular de la presentación noticiosa bajo los parámetros del entretenimiento audiovisivo. De ahí ha habido un paso al inmediatismo de la transmisión directa y al condicionamiento de la disponibilidad de imágenes, sin apenas reflexividad sobre los acontecimientos.
- b. La profesionalización del apoyo a los políticos a través de consultores especializados que tratan de adaptar tanto la retórica como las apariciones de los líderes a los requisitos de los medios, redundan en una incertidumbre normativa sobre las reglas éticas del juego publicitario con una confusión de roles y el creciente conflicto entre políticos y medios de comunicación (Pontificio Consejo 1997).
- c. El surgimiento de nuevos medios -tv por cable, por microondas UHF, por satélite...-, y en particular de las autopistas de información, está fragmentando los públicos al máximo, y es conveniente saber en qué dirección y medida modifican el trabajo de la información y la manera de informarse del ciudadano respecto a las opiniones públicas, que conciernen a la "res publica", es decir, a los asuntos comunes, y obviamente al ejercicio de los derechos humanos. Este asunto es sumamente crítico, sobre todo en una fase en que los ciudadanos se muestran desmotivados en relación a la esfera política.

#### 3.3.2. La comunicación privatizada y sobre-institucionalizada:

- a. Desde que la información funciona como una mercancía, los flujos económicos, el target publicitario y el rating comandan los patrones de producción y difusión. La privatización de los medios ha reforzado aún más esta dinámica y el Gobierno y los partidos buscan el financiamiento de las campañas transando con el sector comercial. La valoración de la información queda así sometida a la lógica de

## CUADRO I Evolución de las aspiraciones hacia el derecho a la comunicación

(fuente: Aldo Armando Cocca, Unesco, 1978)

- a. Derechos de los individuos
  - la libertad de opinión y de expresión;
  - el derecho de estar informado;
  - el derecho de informar;
  - la protección de la vida privada;
  - la libertad de movimiento;
  - el derecho de reunión;
  - el acceso a las fuentes de información;
- b. Derechos de los medios de comunicación (empresas y profesionales)
  - el acceso a las fuentes de información;
  - la libertad de opinión y de expresión;
  - el derecho de informar;
  - el derecho de publicar;
  - la libertad de movimiento;
  - el respeto del secreto profesional;
- c. Derechos de las comunidades (locales, nacionales e internacionales)
  - el derecho de informar;
  - la circulación libre y el equilibrio de la información;
  - la preservación de la integridad cultural;
  - los intercambios culturales;
  - la libertad de opinión y expresión;
  - el derecho de estar informado;
  - el derecho de rectificación;
  - el derecho de respuesta

la compra-venta y de las alianzas tácticas con la mediocracia. Entre tanto sigue indefinido el papel de la comunicación pública.

- b. En tanto que los medios han llegado a ser un poder más importante que el poder político por cuanto se erigen en maestros del juego, pues es a ellos y a las empresas de opinión, más que al Congreso y al pueblo, a quienes tienen que rendir cuentas los representantes del pueblo, las élites económicas aliadas con las políticas influyen cada vez más en sus reglas.
- c. Las comunicaciones organizacionales se han constituido en una de las fuentes más prolíficas de información a través de la generación de pseudoacontecimientos, emanados de las empresas: faxeo, ruedas de prensa, eventos mediáticos, festivales, marchas de protesta, etc. Los sistemas de verificación directa y de corrección tienden a desaparecer en una competencia de buena imagen.

### 3.3.3. Los sesgos de los intermediarios de la comunicación pública:

Con un gran acierto la investigadora Marta Colomina, sumergida en el medio profesional, ha sabido exponer autocriticamente los errores más sobresalientes de los comunicadores sociales, especialmente *periodistas*, como serían:

- a. Simplificar los hechos y presentarlos de una forma fragmentada, que dificulta el debate libre y racional de los asuntos públicos.
- b. El protagonismo excesivo de los comunicadores, que focaliza la atención en el periodista y no en los hechos o agentes sociales.
- c. Insensibilidad de los periodistas para con la gente común, explotada con fines sensacionalistas.
- d. Incapacidad para la autocritica y para la recepción de las correcciones por parte de los ciudadanos, que son afectados por el efecto público de las intervenciones.
- e. Paso del secreto de la fuente al secretismo de las corruptelas que mediatizan el ejercicio informativo.
- f. Intromisión en la vida privada de las personas, convirtiendo problemas personales en noticias escandalosas (Marta Colomina 1996).

Ahora bien, a falta de una autocritica semejante por parte de los otros actores que conforman el trípode del poder comunicacional, voy a exponer las taras

“

Los medios han llegado a ser un poder más importante que el poder político por cuanto se erigen en maestros del juego, pues es a ellos y a las empresas de opinión a quienes tienen que rendir cuentas los representantes del pueblo.

”

típicas del Gobierno y los empresarios en la conducción de las comunicaciones.

En el caso de los *empresarios* de la comunicación, como muy bien ironizara A.J. Leibling -no tan jocosamente como creen algunos editores nuestros- “la libertad de prensa sólo existe para quienes poseen una”. La práctica actual, impuesta por las exigencias industriales del periodismo, ha conducido a las siguientes rutinas:

- a. Multiplicación de las pautas de los reporteros sin apenas especialización de fuentes y temas.
- b. Limitación del periodismo investigativo y de profundidad, en razón de los costos que supone la constitución de equipos y el mayor tiempo de elaboración.
- c. La explotación de la mano de obra barata, que incluye pasantes y no titulados, con el subsiguiente desplazamiento de periodistas competentes.
- d. El silenciamiento de las informaciones o denuncias relativas a los anunciantes-clientes, mientras simultáneamente se critica el clientelismo político.
- d. La utilización de los periodistas para controversias personales o empresariales entre competidores del ramo.
- e. La solidaridad mecánica de los bloques y cámaras para contrarrestar las reivindicaciones gremiales de los periodistas, y la amplificación de la crítica antigremial.
- f. La elusión de la autocritica de los medios de comunicación y los mecanismos de corrección y réplica.

Sin duda, son más visibles y fáciles de inventariar los pecados del *Gobierno*, de los órganos del Estado y de los partidos políticos en el manejo de la información. Gran parte del descrédito de la comunicación pública obedece precisamente a esta perversión, convertidas en modos de conducta comunicacional:

#### CUADRO II “LAS AUTOPISTAS DE LA INFORMACION” Reflexiones de la Conferencia Episcopal del Canadá (Resumen final) Documentation Catholique, N. 2116, 21-5-95

Con el fin de que las autopistas de la información estén en condiciones de responder completamente a las expectativas, es importante:

- que el objetivo de un acceso universal a un precio razonable sea determinante en cuanto a su desarrollo, y que esto se formule de forma explícita, detallada, clara y sencilla;
- que el acceso universal sea común, es decir, que todos los que deseen puedan ser formados fácilmente y de manera apropiada para participar en las autopistas de la información y para aprovecharse de los servicios de los que todos deberían beneficiarse;
- que faciliten verdaderamente el diálogo entre las personas, las sociedades y los países;
- que haya una protección suficiente de los derechos a la información y a la libertad de expresión, de los valores culturales y de la expresión de los valores religiosos;
- que la publicidad, que desempeñará un papel determinante, sea explotada y dirigida como un servicio para las personas y no como un ‘handicap’;
- que no se permita jamás, que las autopistas de la información contribuyan a crear una sociedad a dos velocidades entre los privilegiados que tienen acceso a la información y los que no tienen acceso a la misma.

- a. Confundir permanentemente la información, un tanto objetivada, con la propaganda, las promesas y los buenos deseos.
- b. Desmentir continuamente las declaraciones de los periodistas y de los entrevistadores.
- c. Amedrentar abierta o veladamente a los empresarios y periodistas, si no con la prisión o la amenaza de juicio, con los recortes publicitarios, con la negación de divisas en períodos críticos, y hasta con allanamientos.
- d. Sofocar las críticas a la gestión gubernamental, desoyendo incluso las opiniones razonables de la oposición, simplemente por ser tales.
- e. Presentar solamente las argumentaciones unilaterales, sin sopesar el conjunto de factores que faciliten el discernimiento de los ciudadanos.
- f. Encubrir todas las corruptelas de los miembros en razón de preservar la imagen institucional, y/o descargando toda responsabilidad en un chivo expiatorio.

#### UNA REFLEXIÓN FINAL PARA LA ACCIÓN

¿Qué pueden hacer las Instituciones para formar en una ética de valores (y qué valores) a los futuros comunicadores? Hoy contamos con unos aportes ricos para la refundación moral a partir de una ética de la comunicación, que se ha de instalar en los mismos espacios universitarios y en la aulas. Las reformas curriculares deberían considerar como nuclear la formación en el derecho a la comunicación, sobre todo en las carreras de Filosofía, Comunicación Social y Derecho. La sociedad venezolana requiere hoy pensadores, que argumenten y reconstituyan las bases éticas desde la perspectiva comunicativa, juristas que se sientan llamados a establecer las condiciones normativas para optimizar los espacios públicos de opinión, y comunicadores con una nueva visión y práctica del ejercicio del derecho a la comunicación.

La primacía otorgada a la visión instrumental de los medios para manipular conductas en el ámbito político y mercantil, enfatizando las habilidades tecnológicas y los mecanismos de mero impacto, hace que olvidemos a menudo, los retos fundamentales que dan sentido a nuestra profesión y que deben suscitarse en el ágora universitaria: ¿cuál es el papel de los Medios de Comunicación en el proceso de aculturación de valores (y qué valores) en

“

La sociedad venezolana requiere hoy pensadores, que argumenten y reconstituyan las bases éticas desde la perspectiva comunicativa, juristas que se sientan llamados a establecer las condiciones normativas para optimizar los espacios públicos de opinión, y comunicadores con una nueva visión y práctica del ejercicio del derecho a la comunicación.

”

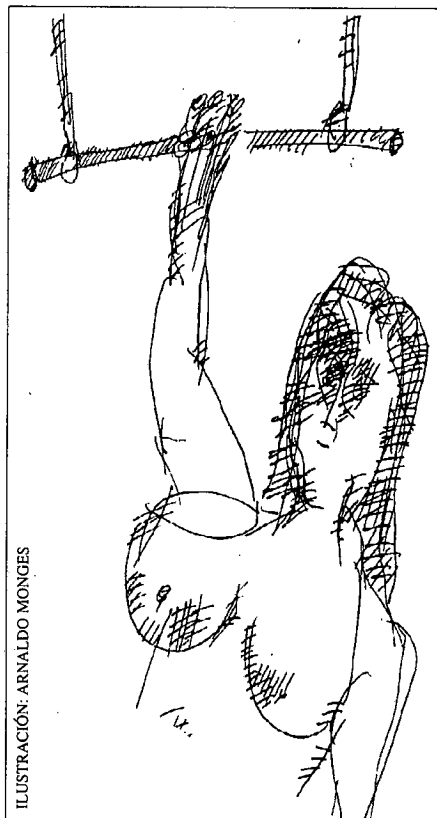


ILUSTRACIÓN: ARNALDO MONJES

una sociedad fragmentada y corroída por el escepticismo moral? ¿Qué marcos jurídicos y político-comunicacionales son los más adecuados para la gestación de una genuina opinión pública? ¿Cómo pueden promover en cuanto intermediarios sociales el derecho a la comunicación de la sociedad civil? y, por fin, en el marco de esta reflexión ¿con qué criterios deben manejar los comunicadores la información sobre los derechos humanos?

#### BIBLIOGRAFÍA VENEZOLANA

AGUIRRE, J.M. (1997) *Ética normativa en una sociedad de la información y de la comunicación*, en: *Ética e Institucionalidad en Venezuela, Sector Comunicación*, Fundación Sivensa-Fundación Celarg.

\_\_\_\_\_ (1995) "El comunicador social y la defensa de los derechos humanos", en *Revista SIC*, N° 574, Centro Gumilla, pp. 150-153.

ANDA, FEVAP (S.F.) *Código de Ética*, Asociación Nacional de Anunciantes y Federación Venezolana de Agencias de Publicidad, Caracas.

ARRIETA, José Ignacio (1996) "Derechos humanos, cultura y compomiso", en *Revista SIC*, N° 588, Centro Gumilla, pp. 365-367.

BISBAL, Marcelino (1997) *La nueva escena y el comunicador social: el resentimiento entre la razón identificante y la razón instrumental. ¿Desde dónde pensamos el problema?*, en: *Ética e Institucionalidad en Venezuela, Sector Comunicación*, Fundación Sivensa-Fundación Celarg.

C.N.P. (1976) *Código de ética del periodista venezolano*, Colegio Nacional de Periodistas, Caracas.

COFVIC (1995) *Los derechos humanos en Venezuela, Curso de Formación Sociopolítica*, Centro Gumilla, Caracas.

COLOMINA, Marta (1996) "Los reclamos de cultura y ética frente a los comunicadores sociales", *Revista COMUNICACION*, N° 96, 4° trimestre, pp. 18-23.

CUENCA, G. (1990) *Ética para periodistas*, Alarcón Fernández Ed. Caracas.

C.V.T.I. (1995) *Código de Ética*, Cámara Venezolana de Televisoras Independientes, Caracas.

DESIATO Massimo (1995) "Comunicación y disolución: problemas éticos en la comunicación de masas" en: *Medios de comunicación y responsabilidad ciudadana, II Encuentro Nacional de la Sociedad Civil*, UCAB, Caracas.

FAUNDEZ, H.; SUAREZ, J.L. (1993) *Aspectos jurídicos de la libertad de expresión en Venezuela*, Col Ayakua, N° 5, UCAB/Escuela de Comunicación Social, Caracas.

FUENMAYOR, Alejandro (1982) *Régimen jurídico de la radio y la televisión*, Col. Estudios Jurídicos, N° 19, Caracas.

GONZALEZ, Aliana (1995) "Derechos humanos y medios de comunicación social" en *Revista SIC*, N° 579, Centro Gumilla, pp. 414-416.

PASQUALI, A. (1980) *Comprender la comunicación*, Monte Avila Ed. Caracas.

PEREZ MORALES, Ovidio (1997) *Gloria y miserias de la libertad de expresión*, en: *Ética e Institucionalidad en Venezuela, Sector Comunicación*, Fundación Sivensa-Fundación Celarg.

REY, José Ignacio (1996) "Valores de mercado y mercado de valores", en *Revista COMUNICACION*, N° 96, 4° trimestre, pp. 24-27 ■