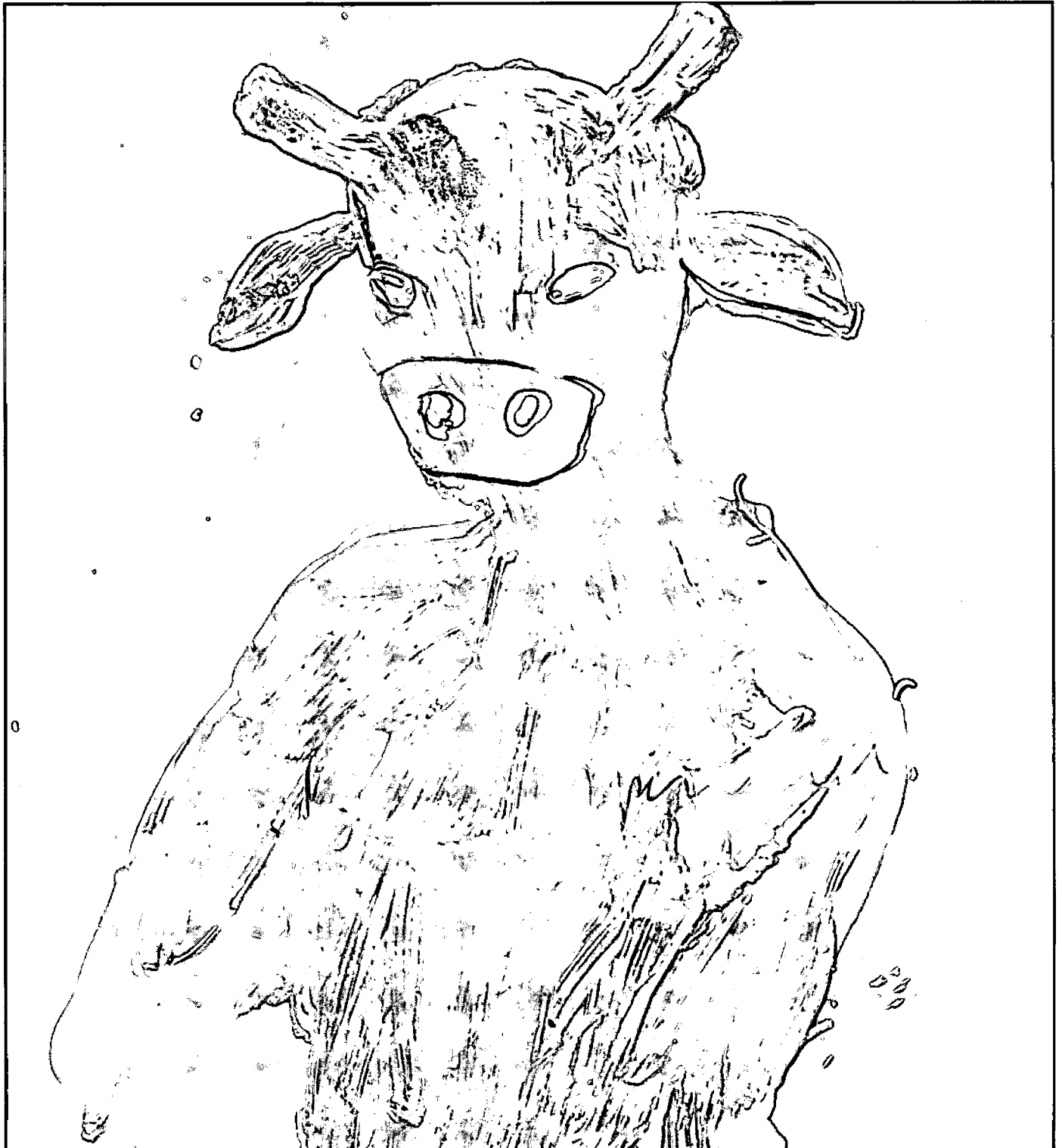


*“Los animales no ven el límite
sólo nosotros lo vemos”.*

Rilke

Ética y



comunicación

Advierte David De los Reyes que la complejidad moderna o postmoderna, dependiendo de los criterios de cada quien, ha provocado una dinámica social donde ciertas ataduras éticas se han flexibilizado, provocando un vuelco de las sociedades hacia posturas más individualistas y hedonistas. Ante este panorama se han levantado ciertas voces reivindicacionistas de la ética. No obstante, estas voces tienen a veces otras agendas autoritarias o acomodaticias, donde puede prevalecer un interés por una ética que de alguna forma favorezca a los Estados o las corporaciones. En medio de esta vorágine, los medios de comunicación tienen su cuota de participación

■ **David De los Reyes**

UN MUNDO Y SUS MÚLTIPLES MIRADAS

Se dice que nuestro tiempo es más de posiciones éticas que de compromiso político. Lo político ha sido intensamente cuestionado en su ejercicio democrático tradicional, pero nunca antes, en nuestra nación y quizá en el resto del mundo, se había vuelto tan presente para y en nuestras vidas. Que la complejidad moderna –para algunos–, postmoderna –para otros–, de la dinámica social, ha disuelto las ataduras rígidas con las normas ética generales y nos adentramos en un espacio donde reina las posturas individualistas, las seducciones y los roces de las superficies corporales, de los mínimos compromisos, del goce del cuerpo, de unos Derechos Humanos cada día condenados, del hedonismo pronunciado, de la lógica del consumo para salvaguardar al sistema, decantando este conjunto de hechos en la preocupación por toda una *egonomía* (una atención narcisista por el bienestar del “yo”, indiferente a nuestros deberes con los otros y la comunidad). Un *crescendo* de permanentes efectos culturales dirigidos a los rostros individuales, advertido por distintos autores que se han pronunciado, desde hace algún tiempo, por la llegada de una *segunda revolución cultural del individuo* (Lipovetsky)¹, constituyendo lo que Dominique Wolton (2000) llamó sociedad de individuos de masas.

Nos encontramos también ante impensados avances científicos, como son los propuestos por la biología genética, y

ante ello se comienza a proponer, desde distintos sectores, un cuerpo de normas casi inalterables que preserve las cualidades naturales, léase cuasi-divinas –la idea de *evolución* orgánica ahora coquetea con el creacionismo–, del genoma humano y sus variaciones gracias a la intervención de la ingeniería genética; además de la contaminación industrial ya adquirida como pobreza y legado humano al planeta, ahora polucionarán los desechos genéticos sin tener muy en cuenta cuáles pueden ser sus efectos dentro de la frágil y orgánica biosfera, sin entrar a hablar de la contaminación informacional diaria.

La ciencia, que desde Descartes siempre avanzó separándose de los autoritarismos religiosos ahora se topa con la autoridad de los Estados y sus cuerpos colegiados para determinar, por lo general siempre por un grupo de éticos –sonados algunos de religiosidad medieval– más algún científico añadido al grupo, sobre qué debe investigarse y qué no, pronunciándose al respecto con sendos manifiestos bioéticos casi de manera anual *urbi et orbe* ante las multinacionales de la genética y la proliferación comercial de sus organismos mutantes. Téngase claro que si alguna de esas investigaciones tienen fines bélicos se hará, pero hay que mantener la máscara hipócrita de la salvaguarda del genoma ante la opinión pública global. Como vemos la ética siempre adelante pero mandada a la retaguardia.

Los cambios operados por la globalización a todos los niveles en nuestros es-

tilos de vida hacen que irrumpa un campo abonado para desbrozar una ética de la globalización que le de algo de orden a la lógica del desorden mercantilista y devorador de recursos de ese estilo de mundo. Su contra-respuesta aparece desde los extremismos ideológicos: se repudia este libre mercado global en nombre de culturas étnicas, de regionalismos, fundamentalismos religiosos y patrioterios, y algún que otro “ismo” que puedo ahora olvidar.

Tantos son los campos que exigen una renovación de la reflexión ética que no deja de ser un coro común su presencia en todo foro público. Pero también nos lleva a ser suspicaces y tener el interés de poner tal preocupación ética en una sala de observación por la filosofía centrada en aquella “escuela de la sospecha” nietzscheana. Nos preguntamos: ¿Es que se ha perdido el gusto y la sensibilidad por la ética? ¿Hemos dejado ser del todo personas éticas? ¿En nuestro mundo la ética tiene fines distintos a la misma ética, fines de aceptar cierto uso del poder o de implementar un más extendido bienestar general? ¿El hombre se encuentra desprendido de toda norma que procure un mínimo de felicidad (eudaimonía) o un sentido de vida buena o un arte de vivir o un ejercicio correcto profesional en torno a su quehacer vital? (hoy hablaríamos de *calidad de vida*).

Lo más característico de nuestro ambiente cultural es la cercanía e intimidad que hemos desarrollado con todos los medios de comunicación. No en vano se nos dice que vivimos en la “era de la información”, en la “sociedad del conocimiento”, en la “sociedad red”, dentro del “capitalismo de ficción o informático”, en una “sociedad mediática”, que nos adentramos a pasos agigantados al ciber mundo y así por el estilo; nuestra sociedad del conocimiento nos sitúa ante un auténtico nuevo infinito, como lo es el *nuevo océano de la información*. Nos encontramos ante cambios fundamentales en el sistema y en los tipos de valores vigentes durante generaciones (Serrano, 2004:11s). Frente a ello hay sugerencias e imperativos surgidos desde diversas voces e intereses individuales, grupales y nacionales. Como aquello de que debemos preservar el derecho a la libertad de expresión, que se debe procurar una sana competencia y equilibrio de los enunciados informativos, que los medios nos proveen de nuestros temas de conversación y homogenizan conductas cotidianas, y por ello se nos pide que debemos mantener una vigilancia por la vestimenta cultural que nos proporciona toda ésta política electrónica que inunda has-

“

¿Podía olvidarse, entonces, la relación entre ética y comunicación en un mundo signado por lo mediático? Por supuesto que no. La ética tiene aquí un rol importante que dilucidar y un campo abonado y minado por el que andar

”

ta los más íntimos pliegues de nuestra piel y nuestro ser. El medio sigue siendo el *mensaje*, por supuesto, pero también *masaje*, decía el adorado/odiado Marshall McLuhan. Sólo por nombrar algunas de las sintomatologías del presente que encontramos alrededor y dentro de los medios; se trata, en cierta forma, de saber gestionar la incertidumbre en los momentos de cambio permanente?

¿Podía olvidarse, entonces, la relación entre ética y comunicación en un mundo signado por lo mediático? Por supuesto que no. La ética tiene aquí un rol importante que dilucidar y un campo abonado y minado por el que andar. No sólo acerca de las prácticas profesionales del personal que maneja este cerco mediático y comunicacional sino también encontramos una profunda y persistente preocupación por los efectos morales y ambientales (se pide una ecología de la información ante la entropía o ruido mediático; Morin habla de una *ecología de las ideas*), que se establecen no sólo por la relación estrecha que tenemos con los medios sino por los contenidos a los que nos hemos habituado y cómo nuestros modos de sentir y comprender nuestras vidas se vienen modificando de manera permanente casi invisible pero nunca indiferente y ya predigerido. Toda una ética de lo mediático y no sólo del hecho comunicacional o, por qué no, una *mediaética* -que debe ser lo más *completa* en sus intenciones y fines reflexivos alrededor de esa galaxia de dispositivos elec-

trónicos y no de reflexiones hechas a “mitad, a *medias*” respecto a los medios-, está por acercarse tímidamente a ordenar la comprensión de nuestro juego imaginario especulativo virtual debido a sus alcances espaciales y temporales culturales, por un lado. Por otro está lo que ocurre y nos sugiere la concreta realidad ficcional de la inercia cotidiana; una realidad en que cualquier instante puede ocurrir cualquier cosa.

Se presenta una necesidad de comprender y establecer diversas miradas desde el registro del racionalismo crítico para establecer los alcances y fines de esta transitoria época que ha llegado para inaugurar otro duradero momento del río de la civilización ya no occidental sino global; más que encontrar verdades está el afán de comprender los posibles errores de lo inhumano proceder habitando en ella.

En sus orígenes la palabra ética, como sabemos, procede de *ethos*, que quiere decir costumbre. Y en los medios de comunicación de masas encontramos un uso indistinto de los términos moral y ética. Pero ¿son y significan lo mismo? La ética viene a ser la reflexión general acerca de los hechos morales, en cambio la moral es la decisión individual y actuada, tomada en nuestra conciencia subjetiva, de determinados principios éticos. Al utilizar ambas definiciones nos encontramos que el *ethos* tiene una significación más amplia y algo más restringida que la moral. Aunque la reflexión ética puede que lleve igualmente a restringir nuestras acciones de acuerdo a determinados principios o fines consensuados que se establezcan en tanto bien común, social o, en la conocida definición aristotélica de búsqueda de la *vida buena* o *arte de vivir*, que es también como la asume Savater.

LA VIGILANCIA ÉTICA DE LO MEDIOS

Es ampliamente conocida la preocupación de denuncia de injusticias y defensa de la libre expresión y de los Derechos Humanos que han incorporado ciertos medios y comunicadores como forma permanente de estar en contacto con el público que le es fiel y que le expresan confianza al reiterar su necesidad de seguir adquiriendo, leyendo, escuchando o viendo a determinados espacios informativos u opiniones reveladoras y interpretativas de una realidad. Situación que para el común de los mortales la sintiera aún mas lejana o ignorada si no tuviese el comodín de las informaciones periódicas y la mirada atenta de

los acontecimientos por parte de individualidades con las que compartimos puntos de vistas ideológicos, políticos, culturales, etc. La información de masas como vínculo general que establece la sociedad mediática con la sociedad civil.

Es por ello que hoy los medios, desde la posición que asuman, vienen a darnos visiones que han dejado de ser *objetivas, veraces y oportunas*. Ante ello ¿qué hacer? Los usuarios de medios tenemos que asumir que el poder de los medios y su continuidad estriba, más que otra cosa, en la confiabilidad de sus enunciados y formatos y estructuraciones de la data noticiosa en función de la asertividad que proporcionan. Esto hace que más que basarse en un principio únicamente metodológico o científico, como es la tan buscada *objetividad*, o el grado de *verdad* de sus contenidos tienen que ver con su posición ética en relación al público al que pretenden captar para sí y sin dejar de lado los fines crematísticos que toda empresa significa dentro de la economía de provecho en que nos encontramos.

Es aquí donde la ética del medio, la *¿medioética?*, se hace imposible de soslayar a la hora de analizar y detenerse en la acción comunicativa que trata de consolidar. Es esta relación comunicativa, esa *puesta en común* entre medio y público tiene que cuidar no sólo por una *deontología periodística*, es decir, conjunto de reglas que regulan las relaciones de los periodistas, comunicadores en general, entre ellos mismo o con su relación con el público y la empresa, además de la establecida entre la sociedad y ellos en tanto poder comunicacional; hecho que ayuda a establecer ciertos códigos profesionales en su ejercicio que dan coherencia al periodismo a nivel local, regional y hasta global. Si esta deontología es requerida no es suficiente. Debe establecerse una ética comunicacional en el sentido que aspire a mejorar y perfeccionar la condición moral, tratando de elevar la dignidad de la condición humana. Sin esto quedaría a faltar una buena parte de su justificación de existencia en tiempos donde lo único que se nos hace es vestirnos por tendencias cambiantes y por valores que sólo rozan la superficie del animal humano y dejan de agudizar el sentido de la responsabilidad que tenemos todos aquellos que participamos dentro de una sociedad que pretendemos, en tanto ciudadanos, que sea menos violenta y más justa, ¿democrática?, más libre en lo individual pero solidarios con la asistencia de aquellos que están a menos y con los que compartimos el gentili-

“

Debe establecerse una ética comunicacional en el sentido que aspire a mejorar y perfeccionar la condición moral, tratando de elevar la dignidad de la condición humana. Sin esto quedaría a faltar una buena parte de su justificación de existencia

”

cio o la simple, pero insoslayable, condición humana. Toda reflexión ética presupone una reflexión sobre determinada humana condición (Agnes Heller, Hannah Arendt), y es por ello que la ética siempre tendrá cabida aunque vivamos rodeados de injusticia, pobreza moral/material y corrupción.

EL PODER-QUERER-ENTENDER DE LA COMUNICACIÓN

Un aspecto ético interesante surge en la diferencia entre intersubjetividad y comunicación. Se quiere llamar aquí la atención al definir el proceso de la comunicación en términos sesgados y únicos de entendimiento, el cuál estriba en que sólo se realizaría tal vínculo comunicante si es que el *otro*, mi interlocutor, puede llegar a entender lo que digo. Ante esta condición propia de una *comunidad discursiva* (Habermas), debemos agregar una *condición volitiva*, pues no se trata sólo de entender el sentido de la información sino el *poder querer* comprender, presente en toda acción que emprende el entendimiento. Visto así, el exigir solamente la interacción o la intersubjetividad (el *compartir un mundo común*, en términos de Husserl o el hablar un lenguaje inevitablemente *público*, en la de Wittgenstein) es del todo insuficiente. La exigencia intersubjetiva promueve ciertas carencias que despiertan sospechas al carecer del acto, de la volun-

tad, del poder querer entender requerido en las partes implicadas en la comunicación y que conforman así el previo acuerdo ético para establecer un vínculo de reciprocidad aceptada. Hay necesidad de una recreación de la información y de la fuerza volitiva de lo que el otro dice, por parte de quien escucha; toda información no es recibida de manera inerte por el receptor pues para que sea efectiva hay que procesarla de manera inteligente y ello exige un grado de capacidad, voluntad y aceptación; aún corriendo el peligro que esa maravillosa capacidad recreativa puede llevar a dramáticos equívocos y desencuentros.

El plano donde comienza a distorsionarse la comunicación está más centrado dentro del plano volitivo, en ese impulso de la voluntad, que en el del entendimiento; se requiere, ante cualquier comunicación una postura ética de *querer entender* al otro, lo que nos lleva a definirnos en tanto receptores; los cuales, si se quiere establecer una comunicación eficiente, no deben ser individuos de *mala voluntad* o imbeciles.

Lo anterior nos lleva a concentrarnos éticamente en el plano moral del individuo al inducirlo a que mantenga esa condición volitiva abierta para la propuesta entendible dentro de toda comunicación con el otro.

La mala fe en la comunicación se da cuando no se quiere establecer ese vínculo por un ejercicio unilateral de poder o de un no querer entender, aunque se trate de persuadir por distintas vías a nuestro interlocutor de que desista de tal elección. Todo se reduce al plano de *poder-querer-entender* (Cabrera, 1996:94). Lo contrario entraríamos en el espacio de la inhabilitación moral al construirmos en un permanecer en contra-de-los-otros y a favor de nosotros mismos, es decir, en el redil del reducido egoísmo. Campo que nos puede llevar a una *incomunicación radical*, donde se perfila al *otro* como *enemigo*, aquél que se intenta eliminar en la sociedad afirmativa en el ejercicio unilateral del poder. Como se nos dice: *el enemigo de una guerra es tan sólo la extrañeza del otro, la ajenidad del “prójimo” llevada hasta sus últimas consecuencias* (idem: 95).

De esta forma nos encontramos que para establecer una comunicación ética no sólo con entender basta; se requiere de otro mecanismo, el volitivo, que vendría a aceptar la existencia del otro tan válida como la nuestra, estableciéndose un soporte ético que nos llevaría a un *poder-querer* vinculante y no meramente reducido a entender lo dicho. Quedándonos sólo en el ni-

vel del entendimiento podemos hasta alcanzar una fase de intersubjetividad que puede retornar a un ensimismamiento por parte de los interlocutores, pero no a una comunicación cabal, equidistante y nítida. De ahí el ingrediente volitivo de aceptar y tolerar al otro, pero en la medida en que en ambas partes esté establecido el interés ético del *poder-querer-entender* como requerimiento de comunicación afirmativa.

INDIVIDUALISMO Y MEDIOS EN UNA POSTMODERNIDAD A MEDIAS

Si bien se creyó por mucho tiempo en la estandarización u homogeneidad de gustos y creencias, en una pasividad y adormecimiento del público por el efecto de los medios, nos encontramos que los últimos estudios comunicacionales (Wolton) han podido rescatar cierta positividad para el proyecto ilustrado del ejercicio de la razón individual por parte de todos nosotros; como hemos visto antes, se vuelve a tomar interés por el receptor.

En ciertos niveles de formación educativa y cultural, y en determinado público, que puede ser una buena tajada de esa audiencia, han demostrado tener juicios propios sobre todo lo que les presentan a los medios y ello hace que sean más cautos algunos si quieren seguir teniendo a su invitado diario ante las pantallas, las radios o los tabloides. Pero a pesar de los grados de formación, todo público siempre reaccionará ante lo emitido y no aceptará tan pasivamente todo lo mandado por los medios. Más que buscar confianza se busca distracción e información en los medios de hoy.

Como ya lo advertimos antes, hay un creciente sentido de autonomía y de individualismo dentro de nuestras sociedades y públicos mediáticos. Lipovetsky (2003) propone que la obra de los medios de comunicación dentro de las sociedades democráticas modernas ha contribuido al advenimiento histórico de una nueva cultura individualista. En los medios subyace una fuerza que lleva una formidable dinámica de individualización de los modos de vida y comportamientos característicos de nuestra época; todos los frentes mediáticos han expandido las cambiantes normas de felicidad y consumo privados, de la libertad individual, del ocio y los viajes, del goce erótico: "la plenitud íntima y los deleites privados han pasado a ser ideales de masas que se exaltan sin cesar"; los medios de comunicación de masas se convierten en enterradores de tradiciones, de

“

Los medios trabajan para individualizar los comportamientos, por individualizar costumbres, por privilegiar lo individual en detrimento de lo colectivo: un individualismo desregularizado, desincronizado, a la carta

”

enquistadas percepciones de clase, de añejas culturas populares, abriendo fisuras a las morales rigoristas y a las ideologías políticas; lo que ha impuesto a la mayoría aquí y ahora es vivir según nuestro propio libre albedrío.

Los medios trabajan para individualizar los comportamientos, por individualizar costumbres, por privilegiar lo individual en detrimento de lo colectivo: un individualismo desregularizado, desincronizado, a la carta, nos dice. "Amplificadores de comparaciones, los medios se esfuerzan por liberar las mentes de la influencia de las tradiciones y de las culturas de grupo o de clase, contribuyen, si quiera sea de manera muy imperfecta y desigual, a individualizar las opiniones, a multiplicar los valores de referencia, a hacer que los individuos pierdan la confianza en los partidos políticos y las iglesias, a emanciparlos respecto de ideologías monolíticas", (idem:107). Entre el sensacionalismo de los medios avanza la astucia de la razón individualista. Una secuela de la ilustración y el uso de la razón pero de una razón sensualista, *fronteriza* (Trías, 2003), que mira tanto al ejercicio de una *egonomía* de los medios de satisfacción individual y no sólo a un sacrificio gratuito y sin rédito a nombre de una patria, religión o idea sin más garantías de proseguir la vida a ofrecer dentro del capitalismo ficcional (Verdú, 2003).

En la actualidad los medios se han vuelto incómodos para determinados regímenes que aspiran a una sociedad centrada alrededor de una actitud mágica, tribal,

sin tener la obligatoriedad de confrontar sus decisiones frente al conjunto de los ciudadanos que los han elegido para ocupar la dirección y fines de un Estado; gobiernos que sólo huelen a fracaso encorbatado. Y el hecho está en que los medios informan al público independientemente de la autoridad del Estado, de un partido o de una Iglesia, favoreciendo globalmente al uso acrecentado de la razón individual. Aun cuando ya no existan grandes ideologías opositoras, sino ambiciones distintas de acaparar, usufructuar y utilizar el poder para sí y su camarilla, el espíritu crítico de la sociedad civil no se desvanece, sino que tiende a generalizarse, extendiéndose a todas las cuestiones de la vida, sea política, cultura, economía, arte y vida personal. Las críticas radicales (llamasen de *derecha* o de *izquierdas*, ¿eso existirá?), se extinguen, las críticas y rechazos parciales dejan de tenerse en cuenta. A largo plazo, los individuos tienen mayores posibilidades de replantearse sus opiniones, de ejercer un libre examen, de tomar distancia en relación con las posiciones de las cuestionadas y estériles autoridades institucionales desde el diván occidental electrónico de su razón individual (Lipovetsky, idem, p.108).

Vemos entonces que, por ejemplo, la TV funciona como *una comunicación sin respuesta*, sin embargo constituye una fuente de *actos de habla* social, genera conversaciones entre amigos y desconocidos, miembros de familia. Se ven los programas pero luego se habla de ellos. Wolton ha observado que la TV reconstruye, en cierta forma, una forma de vínculo social en la medida que el ver un programa da conciencia al televidente de que otros también están mirando lo mismo y estos saben que yo hago otro tanto como ellos (ver *Elogio del Gran Público*). Y es esto lo que hace posible la puesta *emocional* común que aproxima toda comunicación y que establece un vínculo de bien compartido más allá de nuestra individualidad. Los medios nos dan una respuesta ecuménica a nuestra soledad individual al comprender que no estamos viendo *solos* lo que acontece, otros también compartirán nuestra opción.

Los medios si tienen como finalidad divertir, distraer, tratar de hacer pasarla bien a sus usuarios, pero también tienen el rigor de informar y marcar pautas de libertad, justicia y asistencia, en fin, responsabilidad ciudadana ante el mundo y ante ellos mismos. Por eso que la ética no puede separarse de este entorno, pues los medios no pueden nunca obrar solos, unilateralmen-

te, pues el público se resentirá y sabrá que ante el engaño, la deformación, el tráfico de la mentira y de la estética de carnicería histórica está jugando con el grado de aceptación de ese mismo público.

Como podemos notar, el paisaje ético comunicacional luce interesante. Estas palabras sólo han querido ser unas cuantas reflexiones sugerentes en torno a un tema que no ha dejado nunca de permanecer siempre con un grado intenso de interés para cualquier pensador, ciudadano u hombre *mediaticus* que quiera estar viviendo en un presente y con una conciencia lúcida ante el mundo. Ante la oscuridad inminente de la tragedia humana que pareciera muchas veces estar alrededor y encima nuestro, no es menos importante seguir intentando pensar cómo debemos encarar con coraje y carácter moral a la vida y su entorno comunicacional, acción que hoy se hace más acuciante que nunca. Por ello no dejan de ser oportunas e inspiradoras las palabras del tímido Spinoza para finalizar esta declaración de dudas y propuestas personales que han escuchado: "Un hombre libre en nada piensa menos que en la muerte, y su sabiduría no es una meditación sobre la muerte sino de la vida".

■ **David De Los Reyes**
Doctor en Filosofía. Profesor
de la Universidad Central
de Venezuela (UCV). Colaborador
de Comunicación

Notas y referencias bibliográficas

Cabrera, J., 1996: *Crítica de la moral afirmativa*. Gedisa, Barcelona.

De los Reyes, D., 2001: *El calidoscopio mediático*. Comala, Caracas.

Lipovetsky, G., 2003: *Metamorfosis de la cultura liberal*. Anagrama, Barcelona.

Serrano, S., 2004: *El regalo de la comunicación*. Anagrama, Barcelona.

Trías, E., 2003: *Ética y condición humana*. Península, Barcelona.

Verdú, V., 2003: *El estilo del mundo*. Anagrama, Barcelona.

Wolton, D. 1995: *Elogio del Gran Público*. Gedisa, Barcelona.

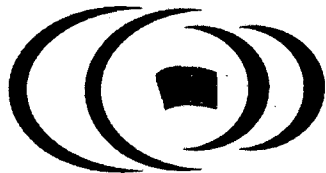
——— 1997: *Penser la communication*. Champs, Flammarion. Paris.

1999 : *Interet et après ?* Flammarion. Paris.

——— 2003 : *L'autre mondialisation*. Flammarion. Paris.

- 1 La primera revolución del individuo aparecería en el siglo XVIII con la llegada de la Ilustración, el liberalismo político. Kant advertía ya la necesidad del uso de la razón individual con aquella frase de *atrévete a usar tu propio entendimiento*.
- 2 La lógica no falla: a más información en una sociedad, le corresponde mayor independencia y responsabilidad, mayores grados de libertad y creatividad, ampliación de las dimensiones de la vida y su complejidad; a mayor alternativas tendremos más variables que son preciso controlar, más mundos posibles, mayor incertidumbre desbordante. Sólo demos un ejemplo: la información en los '60 del s.XX necesitaba más de una generación para duplicarse, en cantidad almacenada y acumulada, al llegar el fin de siglo se requirió sólo tres años para duplicarse, cifra que para el momento presente se reduce nada más que a 26 meses; a finales de la primera década de nuestro presente siglo (sólo nos faltan seis años...) se requerirá unos ochenta días para esa tan vicaria duplicación, ¿qué información quiere consumir? Ya sólo su uso tendrá no sólo un tinte de funcionalidad del usuario sino también un elemento ético intencional en su hacer y quehacer. "Las cifras son impresionantes: hoy, una persona puede acceder en un solo día tanta información como la que tenía a su alcance a lo largo de toda su existencia una persona que hubiera vivido a comienzos del siglo XVIII" (Serrano, 2004:14).

Fundación
Centro Gumilla



Esquina de La Luneta, Edif. Centro Valores,
 P.B. Apartado 4838. Telfs.: 564.9803
 564.5871. Fax: 564.7557. Caracas 1010-A.
 Venezuela.

TARIFAS DE SUSCRIPCIÓN REVISTA SIC

VENEZUELA	
Correo ordinario	Bs. 34.000
Suscripción de apoyo	Bs. 68.000
Número suelto	Bs. 3.400
EXTRANJERO	
Correo ordinario	US\$ 60
Correo aéreo América	US\$ 60
Otros países	US\$ 65

Buzones correo electrónico

- REDACCION SIC / sic@gumilla.org.ve
- REDACCION COMUNICACION / comunicacion@gumilla.org.ve
- UNIDAD DOCUMENTACION / documentacion@gumilla.org.ve
- ADMINISTRACION / administracion@gumilla.org.ve

