

EDITORIAL

Toda discusión valorativa sobre la conducta de los medios y los profesionales de las comunicaciones deriva, tarde o temprano, hacia el ámbito de la ética profesional y empresarial. En el debate se advierte la necesidad de criterios elementales de carácter moral para juzgar y orientar el comportamiento histórico y social de los comunicadores.

En el módulo sobre ética de Chasqui 41 exploramos la realidad cotidiana en que se desenvuelven profesionales y medios: las dificultades laborales, las presiones comerciales, la incidencia del poder en la función editorial, las amenazas a la libertad de expresión y a la seguridad física y psíquica del comunicador. Los artículos de Humberto López López, Norman Solomon, Rudolf Prevrátil, Joel Solomon y Ana Lucía Bravo abordan distintos aspectos de este tema.

Paralelamente, Gabriel Jaime Pérez propone una ética fundamentadora que sirva de guía para la conducta individual y colectiva del comunicador. Otros autores opinan sobre la utilidad de la codificación deontológica de deberes y derechos en sociedades donde el periodista aún arriesga su vida en su intento de informar, y donde los sistemas judiciales, lejos de ser imparciales, responden a los desequilibrios del poder y los recursos.

En la nueva sección "Autocríticas y contrapuntos" abrimos dos debates que esperamos continúen en las próximas ediciones. Márquez de Melo desentierra el tema del Nuevo Orden Mundial de la Información y las Comunicaciones (NOMIC) para plantear las críticas y autocríticas que considera indispensables para poner al día las actitudes de los académicos y profesionales de las comunicaciones en América Latina. Desde una perspectiva psicoanalítica tradicionalmente excluida de las ciencias sociales en América Latina, Allan Castelnuovo llama a reflexionar sobre la diversidad de cosmovisiones que coexisten en nuestras sociedades y su impacto sobre la posibilidad comunicativa.

Las entrevistas con el argentino Arturo Andrés Roig, el cubano Salvador Morales y el venezolano Antonio Pasquali también revisan las ideas que guiaron la acción en comunicaciones en décadas pasadas y su proyección futura.

Las campañas de comunicación social son el objeto de análisis de nuestro segundo módulo. Juan Díaz Bordenave presenta un marco teórico y un modelo práctico para la organización de las campañas. La experiencia de dos campañas de UNICEF en favor de la infancia en Ecuador y El Salvador sugieren innovaciones organizativas en otras áreas del trabajo social. Marco Encalada revisa las limitaciones que enfrentan los programas de comunicación en la defensa ambiental. Luis E. Proaño y Sandra Massoni destacan desde perspectivas distintas la importancia de conocer a fondo a los receptores y protagonistas de las campañas.

Incluimos en esta edición, correspondiente a enero-marzo de 1992, algunas de las actividades que CIESPAL realizará en capacitación, televisión, radio y sus programas de investigación y publicaciones.

En Chasqui 42 nos acercaremos más a los profesionales y medios de comunicación de masas en América Latina. Los reporteros, editores y productores de medios gráficos y electrónicos tienen mucho que aportar al debate académico y a la reflexión teórica sobre comunicaciones. Nos interesa hacer conocer los procesos en curso dentro de algunos medios importantes de la región en relación a los cambios económicos y políticos que se desarrollan en todos nuestros países. En el futuro esperamos poder ofrecer a nuestros lectores aportes importantes de colegas inmersos en la labor cotidiana de las comunicaciones en el continente.



Gino Lofredo

Chasqui

Revista Latinoamericana de Comunicación

Director

Asdrúbal de la Torre

Editor

Gino Lofredo

Director de Publicaciones

Nelson Dávila

Comité Editorial Ejecutivo

Jorge Mantilla

Edgar Jaramillo

Fausto Jaramillo

Gloria Dávila

Lucía Lemos

Ma. del Carmen Cevallos

Francisco Ordóñez

Consejo Asesor Internacional

Luis Ramiro Beltrán (Bolivia)

Reinhard Keune (Alemania)

Humberto López (Colombia)

Francisco Prieto (México)

Luis Rivera (Puerto Rico)

Consejo de Administración de CIESPAL

Presidente, Tiberio Jurado, Rector de la Universidad Central del Ecuador

Luis Castro, UNP,

Fernando Chamorro, UNESCO,

Flavio de Almeida Sales, OEA,

Rubén Astudillo,

Mín. Relaciones Exteriores,

Rodrigo Rangles, Min. Educación,

Louis Hanna, AER,

Alba Chávez de Alvarado, Universidad Estatal de Guayaquil

Diseño

Martha Rodríguez

Asistente de Edición

Wilman Sánchez León

Portada

Eduardo Cayón, Jaime Pozo

Impreso

Editorial QUIPUS - CIESPAL

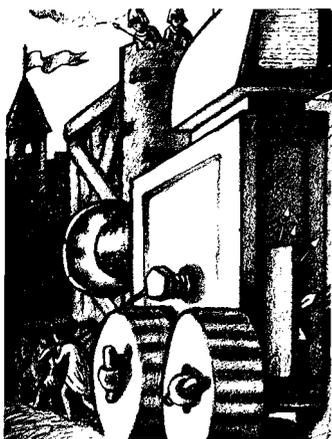
Servicios Especiales de IPS, OIP, IJI

CHASQUI es una publicación de CIESPAL que se edita con la colaboración de la Fundación Friedrich Ebert de Alemania

Apartado 17-01-584, Quito-Ecuador
Telf. 544-624, Telex: 22474 CIESPAL ED.
Fax (593-2)502-487

Los artículos firmados no expresan necesariamente la opinión de CIESPAL o de la redacción de CHASQUI

Ética: encubrimiento o transparencia



Los medios y sus profesionales no satisfacen las necesidades informativas y culturales de nuestras sociedades. Hoy las exigencias ciudadanas y el espacio político son más amplios que la voluntad y capacidad de comunicar. Urge rescatar la ética fundamentadora de la información y la entretención para responder a los cambios en curso.

- 6 Ética, comunicación y violencia, *Gabriel Jaime Pérez*
- 12 El alto riesgo de informar en América Latina, *Joel Solomon*
- 18 Periodismo en tiempos de guerra, *Rudolf Prevrátil*
- 22 La ética cotidiana de la teleficción, *Valerio Fuenzalida*
- 25 De códigos, necesidades y tentaciones, *Rubén Astudillo*
- 26 Colombia: crece el control de grupos financieros en los medios, *Humberto López López*
- 28 Medios y clanes financieros, *Rafael Santos*
- 29 Los medios y la Constitución de 1991, *María Teresa Herrán*
- 32 Ética y poder en el periodismo norteamericano, *Norman Solomon*
- 36 Crítica a Solomon, *Bryna Brennan*
- 39 Francia: rentables travesuras del periodismo vedette, *Ana Lucía Bravo*
- 41 Bondades éticas del infoperiodismo, *Juan Manuel de Pablos*

Autocríticas y contrapuntos

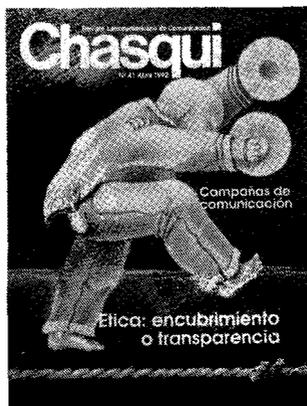


Las comunicaciones en América Latina carecen del marco conceptual adecuado para el fin de siglo en el continente. La búsqueda de orientación se inicia con la reflexión sobre lo pensado e intentado en las últimas décadas.

- 46 Autocrítica para el rescate del NOMIC, *José Marquez de Melo*
- 50 Psicoanálisis y comunicación: la existencia del otro, *Allan Castelnuovo*

Entrevistas

- 55 Arturo Andrés Roig: la utopía de la transparencia, *Wilman Sánchez*
- 59 Salvador Morales: la ética de la Revolución, *Martha Rodríguez*
- 62 Antonio Pasquali: ¿Crisis de liderazgo?, *Ricardo Hays*



Nuestra Portada

El pastel "Estudio de Percusión" y el óleo "La niña de azul", reproducidos en nuestra portada y contraportada son de Eduardo Cayón. El pintor colombiano nació en Santa Marta en 1946 y reside actualmente en Quito.

Talleres Cayón. Apartado 17-12-392.

Quito-Ecuador Telf. 231-631

Campañas de comunicación



Las campañas de comunicación social se multiplican en América Latina. Sus impactos son cuestionables y cuestionados. Los frecuentes fracasos están ligados al insuficiente conocimiento del receptor, ciudadano o cliente de los bien intencionados esfuerzos.

- 66 La campaña como intervención social, *Juan Díaz Bordenave*
- 70 UNICEF - Campañas por la infancia. Medios, organización y participación.
- 71 ¿La democracia es asunto de niños?, UNICEF-Ecuador, *Javier Ponce Cevallos*
- 74 Entre la guerra y la paz, UNICEF-EI Salvador, *Hernán Jaramillo*
- 76 Lluvias, parálisis y desinformación, *Marco Encalada*
- 81 ¿Cómo seducir a un turista?, *Luis E. Proaño*
- 85 Los destinatarios como protagonistas, *Sandra Massoni*
- 89 ¿Por qué fracasan las campañas?, *Andrea Castelnuovo*

- 2 Editorial
- 3 CIESPAL '92 - Actividades
- 94 Organizaciones de Comunicación: UNESCO
- 96 Noticias
- 99 Reseñas



Tormento de un cacique indio. Grabado en cobre de "Brevisima relación de la destrucción de las Indias", de Bartolomé de las Casas

ETICA, COMUNICACION Y VIOLENCIA

El contexto latinoamericano, en el que prevalece la violencia en sus múltiples expresiones, exige relacionar ética y comunicaciones en función de la construcción de la paz y la democracia. Manipulación versus participación. Autoritarismo versus humanismo. La crisis de valores. La escurridiza ética profesional. Comunicación y violencia. Cinco dilemas y cinco desafíos en la búsqueda de una ética fundamentadora.

Gabriel Jaime Pérez, S. J.

En la esfera de la ética que tiene como campo de referencia el destino universal de la humanidad, la llamada macroética, nos preocupan tres problemas principales: el problema ecológico, el problema alimentario y el problema bélico. Nos referimos a la destrucción progresiva del entorno natural, la desnutrición física y el hambre intelectual, la miseria y la ignorancia, y a todas las formas de guerra y de violencia. Estos son problemas

Gabriel Jaime Pérez, S.J., colombiano. Catedrático en la Facultad de Comunicación Social, Programa de Maestría en Comunicación, Pontificia Universidad Javeriana - Colombia.

globales de supervivencia y de por sí nos llevan a preguntar cuál es o puede ser el aporte de una ética civil de las comunicaciones para buscarles solución. Conviene destacar que los tres problemas son en última instancia problemas de violencia.

Las morales son muchas. Por eso siempre podemos cuestionar la validez ética de cualquier moral, de cualquier conjunto de costumbres ligadas a normas de conducta en una sociedad concreta, en una situación y en una época histórica determinadas.

Cuando hablamos de deontología nos referimos a deberes en correlación con unos derechos. Con frecuencia, al

discutir sobre ética profesional o de la comunicación, se pasa inmediatamente al terreno de los códigos de conducta, sin reflexionar sobre su fundamentación en un discurso ético válido.

1

Manipulación vs. participación

El primer campo de cuestionamiento para fundamentar una ética de las comunicaciones para la paz consiste en el reto de la participación activa de todos los sujetos y especialmente de las mayorías y minorías desposeídas en los procesos de comunicación social. Esta desposesión se da en dos sentidos:

- a. Carencia de acceso real a los medios en los procesos de producción de información, opinión pública y expresión cultural;
- b. Carencia de acceso a oportunidades reales para situarse y expresarse críticamente ante las imposiciones de los monopolios y oligopolios que poseen el poder sobre los medios de masas.

El cuestionamiento se plantea en términos de un dilema de tipo ético: manipulación o participación.

Si entendemos la comunicación desde el ámbito reducido de una concepción retórica propia de las corrientes funcionales, como la producción de un estímulo para provocar un efecto de reacción o de "respuesta", nos encontramos en el plano de la búsqueda de consenso sin conflictos para mantener y reforzar el control social desde los centros de poder. Es el ámbito de la **manipulación** en su sentido éticamente inaceptable por cuanto impide el ejercicio de la libertad de las personas, grupos y comunidades.

Pero si pasamos al ámbito de la **participación**, que es el otro término del dilema, ya no hablamos de una concepción reducida a la retórica. En el ámbito de la participación, en la concepción dialógica, ya no se trata de estímulos y respuestas, sino de preguntas que se hacen, unos a otros, los distintos interlocutores en un ambiente de discusión y de propuestas siempre sometidas a la crítica constructiva. En lugar del consenso acríptico, lo que se busca es la discusión, pero no para quedarnos en ella, sino para dinamizar la transformación que necesitamos de nuestra sociedad.

Felizmente hemos superado la etapa en la cual se consideraba que los mensajes que nos llegan a través de los medios de comunicación son como jeringas hipodérmicas que inoculan contenidos, ideas y sentimientos para que después la gente actúe sin saber por qué. Hoy reconocemos la capacidad de recepción activa de todo ser humano, que usa los mensajes de acuerdo con su propio contexto cultural, y según su conveniencia acepta unos y rechaza otros, recompone y refuncionaliza los contenidos participando en la construcción del sentido.¹

No negamos que sea posible la manipulación entendida en términos éticos

como la intromisión en el núcleo íntimo de la conciencia y la libertad de las personas a través de mecanismos directa o sutilmente "subliminales". ¿Cómo abordar el problema de la subliminalidad en la perspectiva de una ética que, sin negar al valor humano de la seducción en el plano de lo sensible y lo afectivo, reconozca también la importancia de lo racional, consciente y libre?

2

Conciencia autoritaria y conciencia humanista

El segundo campo de cuestionamiento consiste en el reto de la formación de una conciencia moral responsable, a partir de la diferencia entre conciencia autoritaria y conciencia humanista, tal como plantea esta diferencia Erich Fromm en su ensayo sobre "Ética y psicoanálisis".²

La conciencia autoritaria ha prevalecido entre nosotros los latinoamericanos: la conciencia del sometido, la del que actúa por miedo al castigo o por la expectativa de la recompensa.

En la formación de la conciencia moral responsable es necesario pasar a la conciencia humanista, a la que actúa por las propias convicciones, por la valoración de lo que significa la propia dignidad en relación con la de todos los demás seres humanos. Sólo así será posible una "lectura crítica" de los contenidos que presentan diariamente los medios de comunicación masiva.

Este paso de la conciencia autoritaria a la humanista es el que Jean Piaget, en sus investigaciones sobre la formación del criterio moral en el niño,³ llama el paso de una conciencia "heterónoma" (objetiva) a la conciencia "autónoma" (subjetiva). Una conciencia heterónoma es la que formula juicios morales y realiza comportamientos a partir de la normatividad exterior. Se identifica con la conciencia autoritaria: "está mandado, luego está bien; está prohibido, luego está mal". Pero resulta que a veces, para poder obrar con validez ética en la vida, tenemos que realizar lo prohibido y dejar de hacer lo mandado. El ideal es que lo mandado corresponda a lo justo y lo prohibido a lo injusto. Pero hay casos, y no pocos, en los que lo mandado puede ser injusto y lo prohibido justo. Tal es la base de la "desobediencia civil" como imperativo ético en determinadas circunstancias. Este tipo de desobediencia ha sido característico de los movimientos de no-violencia activa.

La conciencia humanista o autónoma. Es la que se da sus propias normas de acción, no arbitrariamente, sino de una manera en la cual se correlacionan la subjetividad propia, la objetividad del mundo real y la intersubjetividad como relación existencial y social con otros sujetos.

Hay un conflicto entre dos tendencias: por una parte, la tendencia de la acción estratégica instrumental orientada objetivamente hacia el éxito corresponde a la ética de los resultados útiles inmediatos, propia del utilitarismo en su máxima expresión. Por otro lado, la tendencia de la convicción intencional utópica, orientada subjetivamente hacia el deber. Es la ética de los llamados principios trascendentales. Según ella, tenemos que mantener los principios, que constituyen el contenido

del deber, siempre dentro del marco del imperativo universal de una "buena voluntad".

La propuesta que intenta resolver el dilema es no reducirnos a la acción estratégica instrumental, pero tampoco a la convicción intencional utópica. Acción sí, pero comunicativa, en términos de una ética dialógica, orientada ya no sólo objetiva o subjetivamente, sino intersubjetiva y comunitariamente hacia el entendimiento recíproco. Es una ética de la responsabilidad solidaria, a partir de la confrontación de ideas y la construcción de "acuerdos", posibilitando espacios públicos de diálogo para que todos los afectados por cualquier problema puedan discutir propuestas y plantear intentos de solución. Y esto es posible en virtud de un presupuesto trascendental que rebasa tanto el objetivismo como el subjetivismo puros: la intersubjetividad lingüística como categoría existencial y social de relación, que se manifiesta en la "comunidad real de comunicación".⁴

3

La crisis de valores

El tercer campo de cuestionamiento se refiere al reto de la crisis de valores. Hay que afrontar el problema en términos de "crisis", con todo lo que de positivo tiene este concepto. Crisis y crítica tienen la misma raíz etimológica, y toda crisis nos puede hacer avanzar al preguntarnos constantemente por nuevas posibilidades, con imaginación, en el presente y en el futuro.

¿Es posible el paso de una concepción nostálgica de recuperación de contenidos de los valores de la tradición, a otro creativo y dinámico de replanteamiento crítico? Me refiero aquí a la propuesta de Paul Ricoeur en su obra "Ética y Cultura",⁵ que intenta superar los dos extremos a que pueden llegar la absolutización

¿Es una institución externa la que tiene que supervisar los contenidos de los medios de comunicación social, o es la profesión misma en el nivel del individuo, y de las colectividades gremiales, la que debe autorregularse?

de la tradición por un lado, y por otro la crítica absoluta que niega todo valor del pasado y cree que puede empezar siempre desde cero. ¿Podremos replantear los contenidos de los valores éticos redescubriendo críticamente el significado de las tres categorías de valores que constituyen todo el contenido fundamental de la ética: verdad, libertad y justicia? ¿Cómo entender

estos conceptos en el contexto social y cultural concreto de nuestra realidad latinoamericana?

El concepto de verdad⁶ se suele entender desde dos concepciones extremas: dogmatismo y relativismo. El dogmatismo consiste en considerar que la verdad es objeto de posesión de alguien, olvidando que la verdad no se posee, sino que se busca constantemente. El relativismo es la otra posición extrema: no podemos afirmar nada sobre nada, todo es absolutamente relativo, lo cual lleva al escepticismo. El problema de la verdad se sitúa entre esos dos polos. Para superar los dos extremos debe entenderse la verdad, a cuyo servicio ha de ponerse la comunicación, como objeto de búsqueda constante en la confrontación constructiva, en el diálogo, en la indagación recíproca, en la construcción del sentido a partir de múltiples puntos de vista en contextos culturales concretos. El valor de la libertad⁷ adquiere su calificación ética en la medida en que se ordena a la búsqueda de la verdad y a la realización de la justicia. También con respecto a la libertad se suele enfrentar dos posiciones opuestas. El polo de determinismo lleva a un concepto de sumisión, negación de la libertad y pesimismo total. El otro polo corresponde al voluntarismo, que entiende la libertad como ejercicio ilimitado del poder. ¿Cómo entender y vivir en este contexto la libertad de investigación, de expresión y de opinión, correlativa al derecho de información veraz, suficiente y oportuna? ¿Qué entendemos por libertad? ¿A qué concepto de libertad corresponde la famosa idea del "cuarto poder"? ¿Cómo situar el valor ético de la libertad con respecto a la comunicación?

Otra categoría axiológica fundamental es la justicia⁸. El concepto de justicia en su sentido ético -que no debe confundir-



Crueldades de los conquistadores españoles en México. Grabado en cobre de "Brevissima Relación de las Indias" de Bartolomé de las Casas

se con el sentido legal- supone la participación como exigencia fundamental de los procesos de comunicación. En esta perspectiva, la referencia a la justicia implica la pregunta por la relación entre comunicación, democracia y derechos humanos, entendidos éstos sobre la base del reconocimiento de las necesidades esenciales, tanto de los individuos como de los grupos sociales. En este contexto, una ética de la comunicación tiene que desembocar, necesariamente, en una política de la comunicación. La responsabilidad ética en la comunicación social supone y exige el compromiso político para la transformación de la sociedad hacia estructuras más participativas, acordes con los derechos humanos de todas las personas, grupos, comunidades y culturas.

4

El reto de una ética profesional

Un cuarto campo de cuestionamiento es el de la ética profesional. Aquí entramos en el campo deontológico de la correlación entre derechos y deberes dentro del ejercicio concreto de un oficio, de un conjunto de actividades que llamamos profesión. Pero la ética de la comunicación es más que la deontología profesional aunque la incluye. Emisores y perceptores, entramos en el ámbito de la ética de la comunicación.

Cuando hablamos de profesión es necesario recordar que estamos refiriéndonos a algo que se "profesa". Profesión tiene que ver con fe. Profesar es proclamar una fe en algo, pero esta fe debe ser profesada razonadamente. ¿Cuáles son los criterios de tal razonabilidad? Podemos relacionarlos con tres retos fundamentales que nos plantea la ética profesional del comunicador:

Primero, resolver el conflicto entre intervención y autorregulación. ¿Es una institución externa (estatal o no gubernamental) la que tiene que supervisar los contenidos de los medios de comunicación social, o es la profesión misma en el nivel no solamente del individuo, sino también de las colectividades gremiales, la que debe autorregularse? Y si estamos más de acuerdo con lo último, ¿implica la autorregulación negar cualquier posibilidad de acción externa?

Dentro de este conflicto se sitúa el problema de la censura, que puede ser entendida de dos maneras: como autocensura, cuando por distintas presiones el comunicador calla lo que debería publicar para evitar problemas. Por otra parte, la hétéro-censura impide o limita la libertad de expresión mediante disposiciones gubernamentales (censura política), condicionamiento de las pautas publicitarias (censura económica), o prohibiciones de tipo religioso-moral (censura eclesiástica). ¿Cómo superar el problema de la censura sin caer en la manipulación de la sociedad permisiva, cuando la permisividad misma tiende a establecerse como un principio absoluto que debe ser adoptado por todos?⁹

El **segundo** reto en el campo de la ética profesional, es la superación del

conflicto entre investigación y divulgación. El comunicador social, cuando informa y cuando promueve opinión pública, tiene que ser un investigador crítico de los hechos. Pero también tiene que informar, tiene que divulgar, y al hacerlo debe ajustarse a la actualidad. Un investigador científico-social puede tomarse mucho tiempo para seguir investigando, pero cuando se tiene que responder, dentro de un deber profesional, a las exigencias de un medio cotidiano o semanario ¿cómo conjugar el deber ético de la investigación con el de la actualidad?

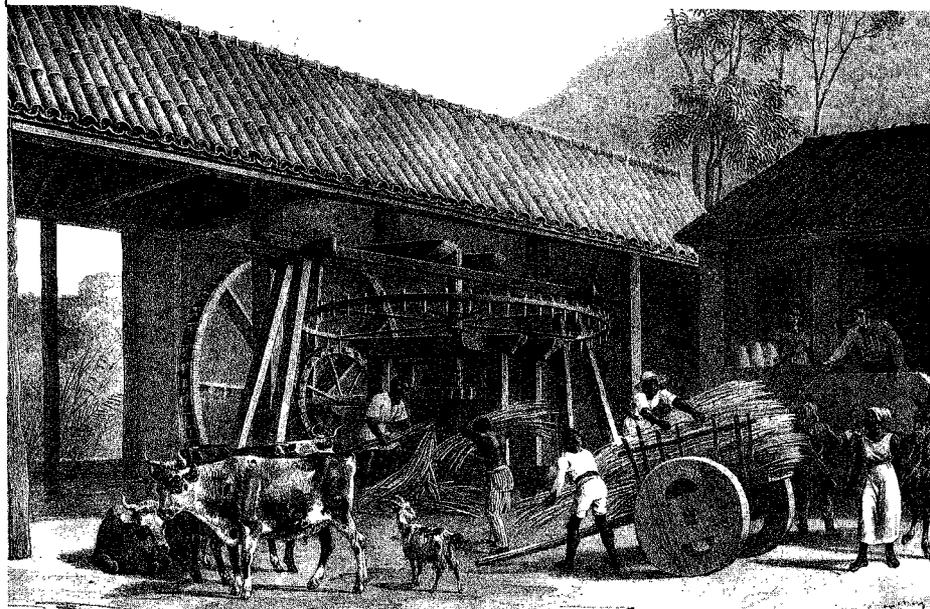
Divulgar es transmitir para el "vulgo", que no tiene los mismos elementos de análisis que ha podido tener el investigador, y entonces hay que "traducir" -es el caso, por ejemplo, del periodismo científico-; traducir los términos para que los entienda el común de la gente. En este conflicto entre investigación y divulgación se sitúa, por tal razón, el problema de la "superficialidad", que riñe con la científicidad de los contenidos.

El **tercer** conflicto que se plantea se refiere al dilema entre credibilidad y lealtades. La lealtad, como la solidaridad, no son valores éticos sino sociales. Hay valores biosíquicos, sociales y espirituales. No quiere decir esto que unos tengan que estar contra otros, pero los valores espirituales son los que constituyen el campo dentro del cual se inscriben los valores éticos conjuntamente con los estéticos, los científicos y los religiosos. Un perro es "fiel", y las bestias salvajes se defienden "solidariamente" cuando son atacadas. Pero en el caso de los seres humanos, los valores sociales tienen que estar en función de la verdad, la libertad y la justicia. De lo contrario, la lealtad y la solidaridad se quedarían únicamente en el nivel irracional que con frecuencia caracteriza a las mafias o las organizaciones criminales, y a veces incluso a ciertas formas del militarismo o de las instituciones autoritarias.

El comunicador, antes que a la institución o empresa en la cual trabaja, antes que cualquier otro tipo de lealtades personales o de grupo, antes que a su gremio, se debe al público, a la comunidad al servicio de la cual tiene que poner su ejercicio profesional. Servir a la comunidad es ponerse al servicio del bien común, que constituye el contenido del concepto de justicia.

¿Podremos replantear los contenidos de los valores éticos redescubriendo críticamente el significado de verdad, libertad y justicia?

La objeción de conciencia, trata precisamente del dilema entre la lealtad del comunicador a la empresa o a la institución y la lealtad con respecto al público para el cual ejerce su profesión. En este contexto, el derecho del individuo a la libertad de conciencia encuentra obstáculos con frecuencia insalvables, cuando el comunicador se encuentra solo ante el poder de la empresa que lo ha contratado.



Trapiche brasileño para caña de azúcar. Litografía según un dibujo de J. M. Rugendas, 1835

Grabados/Humboldt 92

que son consecuencia de la injusticia estructural, pero que también se han convertido con mucha frecuencia en nuevas formas de delincuencia. Y un tercer círculo de la espiral es el de la violencia represiva en los ámbitos del ejercicio de la autoridad, del poder público y privado, y que se manifiesta en or-

ganizaciones y operaciones militares, "para-militares" o de "autodefensa".

Esa injusticia estructural que es la violencia primigenia -y primigenia no solamente en el sentido cronológico, sino también porque existe en el trasfondo de nuestra realidad actual-, coincide con la falta de participación. Esta falta de participación es reforzada por los medios, cuando su forma de operar se caracteriza por el sensacionalismo, el espectacularismo y el facilismo, tres elementos que, en relación con este quinto campo de cuestionamiento, son propios de la racionalidad consumista en la cual vivimos.

El **sensacionalismo** es la estimulación intencional de los instintos primarios, reforzada por la violencia del lenguaje verbal y visual, y contrasta con la invitación al razonamiento reflexivo y crítico. Al apelar al criterio absolutizado del "impacto" sobre el público espectador, desde una mentalidad de hedonismo sensualista, se promueve una actitud conformista y superficial en las masas consumidoras de mensajes-mercancías. Subrayo la relación entre sensacionalismo y conformismo.

El **espectacularismo** es la realidad vista como un espectáculo, no asumida como espacio de un compromiso transformador en la búsqueda de condiciones de vida más justas y fraternas. El público, convertido en espectador, se desentiende cada vez más de la exigencia de ser actor comprometido con la realidad histórica que está viviendo.

5

Comunicación y violencia

La violencia es el pan de cada día desde el comienzo de nuestra historia latinoamericana, en la cual se encontraron y enfrentaron el indígena, el blanco europeo y luego el negro africano. Desde el principio nuestras relaciones empezaron por un ataque. El mestizaje cultural que nos caracteriza surge de la violencia de una invasión que algunos pensadores latinoamericanos relacionan estrechamente con un acto de violación. Todas las formas de violencia que vivimos actualmente tienen su origen estructural en una violencia primigenia.

Una comunicación para la supresión de la violencia no consiste en ignorar el conflicto. A veces identificamos violencia con conflicto social y son dos cosas diferentes. Pueden coincidir, puede haber conflictos sociales violentos, pero no todo conflicto social implica necesariamente la violencia como agresión destructora contra personas, grupos, comunidades, culturas y recursos naturales.

Existe una espiral de la violencia.¹⁰ Hay una primera violencia institucional, consistente en las estructuras de injusticia de nuestra sociedad, que generan la violencia cotidiana en los

ámbitos ecológico, económico, familiar, sexual, educacional, político y religioso, con todas sus manifestaciones de agresividad destructora y delincuencia común. Todas las formas de agresión de delincuencia común, incluyendo las de "cuello blanco" aunque no sean denunciadas o penalizadas, de las cuales el narcotráfico y el narcoterrorismo son ejemplo significativo, se derivan al primer círculo de la espiral: la injusticia estructural.

En un segundo círculo, está la **violencia subversiva** en los ámbitos de la rebelión, de la insurrección social y política con todas sus manifestaciones,

Además, la absolutización de lo espectacular ya ha convertido en no pocas ocasiones a los medios y a los profesionales de la información periodística en marionetas de los terroristas, que logran así su intención propagandística de protagonizar y conducir los hechos hacia sus propósitos destructivos. ¿Cuántas veces no hemos sido espectadores de reportajes en los que, sutil y hasta descaradamente se hace ver al delincuente, al narcotraficante, al criminal como un héroe, como una "estrella" en el firmamento del espectáculo cotidiano? Esto no solamente ocurre en el campo de lo noticioso o de lo documental, sino también, y con cuánta abundancia, en el campo del deporte cuando se fomenta el nacionalismo irracional, o en el de la ficción: películas, videos y transmisiones televisivas en las cuales el violento, sea de parte de los "malos" o de parte de los "buenos", parece como un personaje simpático y atractivo. ¿Cuántos héroes mercenarios presentados como "luchadores contra el crimen" y "vengadores justicieros", no estarán justificando velada o explícitamente la formación y el incremento de grupos terroristas y para-militares? Así, en medio del imperio del miedo, va surgiendo la sensación de que es preferible la seguridad bajo la protección del más fuerte, en lugar de la libertad personal y social.

El **facilismo** es la ideología del éxito sin sacrificio, del dinero sin trabajo, de los resultados inmediatos sin esfuerzo. ¿Hasta qué punto la resonancia de un manejo irresponsable de la información y de la publicidad nos invita al facilismo del éxito mágico logrado por la fuerza del poder o del dinero, confundiendo el orden con la inmovilidad de las cadenas y la paz con el silencio de la desaparición o de la muerte?

CONCLUSION

La respuesta no es la de una moral de normas impuestas, ni la de una deontología de recetas y códigos. El enfoque debe ser el de una ética fundamentadora que suscite los interrogantes básicos en una perspectiva global y los ubique en los contextos sociales y culturales concretos.

Existen múltiples factores que se oponen a una acción comprometida, que implica esfuerzos y sacrificios por parte de todos. Es mucho lo que se

El mestizaje cultural que nos caracteriza surge de la violencia de una invasión que algunos pensadores latinoamericanos relacionan estrechamente con un acto de violación. Todas las formas de violencia que vivimos actualmente tienen su origen estructural en una violencia primigenia.

puede hacer a partir de la formación de una conciencia crítica, autónoma y por lo mismo responsable. En la medida en que colaboremos para que esta formación sea una realidad, estaremos contribuyendo al establecimiento de una comunicación auténticamente humana y humanizante: una comunicación para la verdad, la libertad y la justicia, una comunicación para la fraternidad y para la paz.

REFERENCIAS

1. Martín-Barbero, Jesús, **De los medios a las mediaciones : Comunicación, cultura y hegemonía**, Gustavo Gili, Barcelona-México, 1987
2. Fromm, Erich, **Etica y Psicoanálisis (Man for Himself, New York, 1947)**, Fondo de Cultura Económica, México, 1957, Capítulo IV. "Los problemas de la ética humanística", Sección 2: "La conciencia, el llamado del hombre a sí mismo". Cf. et. **El miedo a la Libertad (The Fear of Freedom, 1941)**, Capítulo IV.
3. Piaget, Jean, **El criterio moral en el niño (Le jugement moral chez l'enfant, 1932)** Fontanella, Barcelona, 1983.
4. Apel, K. O. **El a priori de la comunidad de comunicación y los fundamentos de la ética**, El problema de una fundamentación racional de la ética en la era de la ciencia", en **La transformación de la filosofía (Transformation der Philosophie, Suhrkamp, Frankfurt, 1973)**, Taurus, Madrid, 1985, pp. 341-413.
Cf. et. Scannone, S. J., Juan Carlos, **Filosofía primera e intersubjetividad**, El a priori de la comunidad de comunicación y el nosotros ético-histórico, en **Stromata**, Universidad del Salvador, San Miguel-Buenos Aires, julio-diciembre, 1986.
Cf. et. de Zan, J., **Karl Otto Apel y el problema de la fundamentación de la ética en la época de la ciencia (Un aporte para la superación de la dicotomía entre la objetividad de la ciencia y la subjetividad de la ética, o entre lo público y lo privado)**, **Stromata**, enero-junio, 1986.
5. Nicoeur, Paul, **Etica y cultura**, Docencia, Buenos Aires, 1986, Capítulo I, "Etica y cultura: Habermas y Gadamer en diálogo".
Cf. et. Ladriere, Jean, **El reto de la racionalidad (Les enjeux de la rationalité, UNESCO, 1977)**, Sígueme, Salamanca, 1977, Cap. 6: "El impacto en la ética".
6. Perez, S.J., Gabriel Jaime, "Los conceptos de verdad y la responsabilidad de comunicarla", **Signo y Pensamiento (Facultad de Comunicación Social, Universidad Javeriana, Bogotá)**, No. 16, I semestre 1990.
Cf. et. Martín Serrano, Manuel, "Análisis metódico de la verdad en la comunicación", **Dia-logos de la Comunicación (FELAFACS, Lima)**, No. 20, abril, 1988.
7. Raphael, D. D. **Filosofía moral (Moral Philosophy, Oxford- England, 1981)**, Fondo de Cultura Económica, México, 1986, Cap. VIII, "La libertad".
8. Raphael, D. D. o.c., Cap. VII, "La justicia".
9. Haring, Bernhard, **Etica de la manipulación**, Herder, Barcelona, 1978. Cap. I, No.6.
10. Camara, Hélder, **Espiral de violencia** Herder, Barcelona, 1970. ❁