



Número 5
Diciembre de 2001



Artículo:

Ética y discurso periodístico: ¿una vuelta al humanismo?

Autor:

Maricruz Castro Ricalde

Universidad de La Sabana
Facultad de Comunicación Social y Periodismo
Campus Universitario, Puente del Común- Chía
Teléfono 8615555 Ext:1907-1908
A.A:140013 Chía
<http://www.periodismo.edu.co>
Chía, Cundinamarca

Ética y discurso periodístico: ¿una vuelta al humanismo?

Resumen:

A raíz de los atentados terroristas del pasado 11 de septiembre en suelo estadounidense, se ha remarcado cómo los medios de comunicación no sólo han sido portadores de noticias, sino sujetos de atención en sí mismos, debido a sus nexos con una perspectiva ética o bien, a una ausencia de ella. La homogeneización informativa, la polarización de los sujetos de interés y el alimento de los prejuicios, son características de lo que están logrando a través de sus prácticas informativas y, por tanto, para cambiar este panorama, tienen una responsabilidad urgente en sus manos: erigirse en tribunas que promuevan la reflexión sobre la realidad. Informar, sí, pero aparejado a una visión ética, lo cual presupone aparejar el número de muertos a las causas que están detrás de esos sucesos.

Maricruz Castro Ricalde

Nació en Mérida, Yucatán, en 1963. Obtuvo la maestría y el doctorado en Letras Modernas por la Universidad Iberoamericana. Realizó un segundo doctorado en el área de Comunicación (Periodismo y Cine), en la Universidad del País Vasco, España. Es profesora titular del Tec de Monterrey, campus Toluca, en donde inició sus actividades en 1987 y se incorporó como profesora de planta en 1990. Actualmente es profesora titular, certificada, y coordinadora del modelo educativo en la División de Administración y Humanidades. Es también docente de Tec.com y la Universidad Virtual del sistema ITESM. Ha sido tres veces becaria del Centro Toluqueño de Escritores y ha recibido en tres ocasiones el Premio Estatal de Literatura, en la categoría de ensayo. En el 2000, el campus Toluca le concedió el Borrego de Oro, máxima distinción hacia un docente.

Ética y discurso periodístico: ¿una vuelta al humanismo?

Maricruz Castro Ricalde

Por una acción del imaginario cultural, de esas imágenes del mundo creadas por “las ideas”, cuando escuchamos la palabra “ética” solemos remitirnos a una persona que habla de un deber ser: pensamos en un cuadro en donde alguien, desde lo alto, le dice a los demás cómo vivir, cómo actuar, cómo forjar su pensamiento. De aquí que, instintivamente, podamos generar dos movimientos contradictorios: uno de ellos sería el alejarse de todo lo que tenga que ver con esa palabra y sus alcances, y el otro es el que acepta en forma ciega, sin cuestionamiento alguno.

Esa es una de las características de un enorme número de miembros de nuestra sociedad contemporánea: un individualismo acendrado, en donde se rechaza de inmediato a cualquier persona o institución que insinúe algún tipo de obediencia. El dogma y la tradición se han debilitado frente a la necesidad de la persona de asumir sus propias decisiones. Las instituciones son menos respetadas o tomadas en cuenta e, incluso, hay una actitud de franco desafío hacia ellas. Cada vez hay más gente que vive sola; hay más productos diseñados para el consumo individual; hay más propuestas de viviendas para una pareja. Frente a la soledad, el individuo tiene la opción del anonimato de la masa (conciertos, grandes centros nocturnos, vida en las grandes urbes). En este segmento de la sociedad se percibe un ansia por la diferenciación y, al mismo tiempo, un alto sentido de la competencia.

En 1995, comenzó a circular en el mundo académico una teoría vinculada con la importancia de los lazos comunitarios. Robert D. Putnam (2000), primero a través de artículos y finalmente en un libro publicado recientemente, dio a conocer el resultado de un análisis sociológico realizado en Estados Unidos. En él sostiene que en ese país la gente se ha desconectado de sus amigos, sus vecinos y sus estructuras sociales, lo cual se traduce en una caída peligrosa de los valores sociales, a los que llama “capital social”. Los usuales centros de reunión comunitaria prácticamente han desaparecido. Él pone el

ejemplo de los clubes de bolos, una tradición enormemente arraigada sobre todo a partir de la década de los cincuenta.

Este tipo de estudios no es nuevo, pues desde los años ochenta, diversos teóricos (Amitai Etzioni, Robert Bellah) han analizado cómo el individualismo ha debilitado la capacidad de compromiso con el entorno ciudadano. La asistencia menguada a reuniones comunitarias, la antigua fortaleza de las asociaciones vecinales, y el debilitamiento de los sindicatos o las iglesias son un termómetro de este desinterés por cooperar socialmente. En contraste, los medios de comunicación ofrecen una solución que intenta aliviar ese aislacionismo, proponiendo productos de gran aceptación entre las audiencias y que enfatizan, precisamente, lo contrario a lo experimentado por los grupos humanos contemporáneos de occidente.

El éxito de series de televisión como *Ally McBeal*, *Friends* o *The Sopranos* da cuenta de ello. En la primera, Ally es una exitosa abogada de alrededor de treinta años que viste ropa de firma, y a pesar de sus anhelos no encuentra una pareja estable. *Friends* es la historia de cuatro amigos de una edad semejante a la de Ally, con una vida amorosa casi igualmente inestable; por su parte, ellos enfrentan la precariedad del mundo laboral. *The Sopranos* difieren un tanto, aún cuando el enfoque comunitario permanece. Tony Soprano es el líder de la mafia de New Jersey, pero tan importante es su papel en ella como los vínculos creados con su familia real y su “familia” postiza, la de los *gángsters*. En las tres vemos a los protagonistas arropados por grupos de amigos incondicionales, cuya sola presencia atenúa la problemática que vive cada uno de ellos. Todos ellos tienen un centro de reunión: el bar de abajo de la oficina en *Ally McBeal*, la cafetería “Central Perk” en *Friends* o el restorán a donde siempre acude Tony Soprano. Si nos damos cuenta, esta fórmula es similar en otras series más antiguas de igual o mayor éxito, como lo fueron *Cheers* y *Seinfeld*.

En todas ellas, las relaciones sociales se entablan de manera muy fuerte, muy entrañable, justamente en la situación contraria que se ha detectado, sobre todo en los grandes núcleos urbanos. Esta situación no es demasiado lejana a la vivida en México. Si bien no se puede hablar de los clubes de bolos a los que se refería Putman, sí de la significación

de la plaza pública (llámese centro histórico, alameda, zócalo o portales), lugar de confluencia en donde se iniciaban o fortalecían vínculos individuales y comunitarios.

Es interesante para la sociología, analizar cómo de manera parcial, la función de esos centros de reunión se ha trasladado a los espacios constituidos por los centros comerciales. La gran diferencia es que el consumo se ha convertido en el máximo vínculo entre quienes acuden a ellos. Aún cuando el objetivo máximo sea la socialización, tanto los hábitos como los índices de consumo forzosamente han aumentado, pues el entorno así lo alienta. Ver y dejarse ver sucede en un ambiente en donde también es preciso comprar, comer y divertirse.

Si en los centros comerciales, por otra parte, hay una convocatoria colectiva, el esparcimiento tiende a reforzar ese sentido de lo individual y más aún, del aislamiento. El cine, con todas sus maravillosas implicaciones, desde una perspectiva sociológica permite el doble juego de tener a alguien a un lado, sin que ello signifique el intercambio real que entraña el compañerismo. Observación similar podría hacerse en torno de los sitios en donde se juega con maquinitas, videos o realidad virtual. Éstos, casi siempre, están diseñados para alojar a un número considerable de personas, sumidas en su propio mundo, en la lucha contra la máquina, y en los que la interacción interpersonal es casi nula.

El otro movimiento en relación con esa idea de autoridad y paternalismo es el de una adhesión total a todo discurso que prometa el éxito sin esfuerzo ni condiciones. La proliferación de movimientos religiosos, de grupos ansiosos de encontrar respuestas en el pensamiento esotérico, es el resultado de la aceptación de modelos cuasi-universales e incuestionables. Menos crítica y más conformismo hacia la situación del mundo contemporáneo inducen sea hacia una ideología fundamentada en el utilitarismo, sea hacia una marcada por la renuncia total. De aquí que escuchemos tantos casos de mujeres o familias desvalijadas, porque han decidido ceder todos sus bienes al colectivo al cual pertenecen. Conceptos como derechos humanos, libertad o democracia suelen ser escuchados o leídos de una manera similar a como se reciben las tiras cómicas, los horóscopos o los programas de MTV.

En ambos casos, la ética sale muy mal parada. Sobre todo porque se olvida que no se debe esperar de ella ninguna receta, ningún formulario, destinado a solucionar los conflictos de nuestras vidas. Por eso los libros que en siete pasos fáciles enseñan cómo alcanzar la felicidad, plantean preguntas tan profundas como quién se ha llevado mi queso, o tienen como objetivo convertir en millonario al lector, en menos de lo que se piensa, desbordan las tiendas de autoservicio y agotan sus ejemplares en pocos meses. La ética, en cambio, mueve a reflexionar sobre el sentido de la libertad de los individuos, recuerda que cada uno se mueve en un ámbito en donde la elección es posible, y en donde las cosas no son como son, no son irremediables, sino productos de las acciones de otros individuos.

Una de las grandes trampas de nuestro tiempo es la certeza de lo irremediable. Mezclamos el mundo de lo natural con el de lo cultural. Olvidamos que al mundo natural le pertenece el ámbito de la necesidad, en tanto que el cultural se mueve en el de la libertad. Estos cruces propician que comer, vestir, moverse, propios de la naturaleza humana, nos induzcan a comer en un lugar determinado, comprar una marca de ropa dada o transportarse en un coche nuevo. Es decir, perdemos de vista que gran parte de nuestros actos son meros hechos culturales, susceptibles de ser transformados, elegidos, ignorados, anulados. En cambio, los tornamos imprescindibles y les conferimos un valor similar como al de respirar o dormir.

He llegado, entonces, el momento de concretar el propósito de este texto: plantear que los ideales de cambio y de reforma constituyen una de las pocas salidas posibles a esa espiral de la indiferencia, la fatalidad y el adormecimiento neuronal. El papel de los medios de comunicación es decisivo, sostiene León Olive (1999: 25) en esta dinámica en donde la convicción de lo inevitable (orden económico vigente, “explotación irracional de la naturaleza (...), resolución de las diferencias por medio de la violencia”) se impone por encima del pensamiento riguroso y crítico. Si la ética, sostiene Fernando Savater, busca “una plenitud humana” (2000: 26), en ella está implícita la resistencia hacia un mundo que se desearía diferente. Implica un no conformarse con el estado de cosas vigente, lo cual contradice por completo ese ánimo generalizado, cuasi-globalizado, en donde los

resultados de la interacción cultural se reciben de una manera totalmente naturalizada, desde la perspectiva de lo inevitable.

Ética y medios de comunicación

A principios de la década de los setenta, a partir de las percepciones y los informes que revelaban, entre otros aspectos, evidentes desequilibrios en los flujos informativos internacionales entre los países desarrollados y las llamadas naciones en vías de desarrollo, surgió la propuesta de un Nuevo Orden Mundial de Comunicación e Información. Muy pronto comenzaron a producirse investigaciones y simpatías en los círculos intelectuales que apoyaban esta corriente, con lo cual se produjo, finalmente, el enfoque que hoy conocemos como “imperialismo cultural”. El resultado fue la demanda colectiva de reestructurar las prioridades de los medios de comunicación, tomando en cuenta la dimensión de su impacto en otros países y/o regiones.

Uno de los resultados de este enfoque fue el llamado “Informe MacBride”, producto de dos años de investigaciones, y cuyo objetivo era examinar los problemas relativos a la comunicación en las sociedades contemporáneas (cfr. Macbride, 1981) . El texto se publicó en 1980 y abordó muchos tópicos que, hasta la fecha, pueden ser un eficiente punto de partida para analizar el tema y contrastarlo con el giro o bien, la profundización de los diversos aspectos analizados. En distintas partes, el texto habla de la responsabilidad social de los medios de comunicación y propone algunas líneas de acción. Se aborda, así, el segundo punto de este texto: los discursos mediáticos y, específicamente, los que atañen a los discursos periodísticos.

La ética profesional, asienta el Informe MacBride, “es sobre todo importante en la medida en que proporciona unas directrices que pueden orientar al individuo en las decisiones que toma, cuando se enfrenta, en su situación profesional, con dilemas o a situaciones varias” (1981: 415). No obstante, es frágil el equilibrio entre la libertad y la responsabilidad. Ante la decisión de publicar una noticia sumamente atractiva para el público lector, pero que viola la vida privada del sujeto de interés, es la ética el fiel de la balanza el que la inclina hacia abstenerse a darla a conocer. Sin embargo, la pregunta de rigor es ¿cómo ser éticos en un medio, en una sociedad, en una época, en donde eso suena a naftalina, a fuera de lugar?

En un primer término, deseamos reflexionar sobre la formulación de la pregunta anterior. Interrogarse sobre cómo ser éticos, plantea qué espacio de reflexión existe para darse cuenta sobre la naturaleza y la consecuencia de ciertos actos. A eso nos referimos cuando hablamos de ética: a ser capaces de echar mano de esa ciencia que permite acallar el ruido de la vida contemporánea, aplacar las presiones, suspender momentáneamente el movimiento circundante, para poder cuestionarse sobre los fundamentos de nuestras ideas y nuestro comportamiento.

“Los medios de comunicación son, generalmente, transmisores del sistema de valores y de la ideología dominante que tiene cada sociedad” (Peñafiel, 1995: 123). Junto con el sistema educativo son el principal canal de información y de acercamiento a la realidad. Frente al debilitamiento del núcleo familiar y comunitario, escuela y medios se han convertido en los intermediarios más importantes entre el individuo y la realidad de interés público.

A raíz de los atentados terroristas del pasado 11 de septiembre en suelo estadounidense, se ha remarcado cómo los medios de comunicación no sólo han sido portadores de noticias, sino sujetos de atención en sí mismos. Esto debido a distintos factores. Tocaré algunos, debido a sus nexos con una perspectiva ética o bien, una ausencia de ella. En primer término, deseamos referirnos a la gran homogeneización informativa presentada.

Desde hace ya varias décadas, los estudiosos de la comunicación habían advertido el enorme riesgo que entrañaba que los flujos comunicativos internacionales estuvieran a cargo de un puñado de agencias noticias. A principios de siglo, el pastel mundial se había repartido entre las agencias Havas de Francia, Reuter de Gran Bretaña, Wolf de Alemania y UPI de Estados Unidos. En México, el origen de la gran mayoría de las noticias en torno de las acciones terroristas mencionadas publicadas por la prensa escrita, provino prácticamente las mismas: AP de Estados Unidos, Reuter de Gran Bretaña, AFP de Francia y en menor escala Notimex, la agencia de prensa mexicana.

Lo anterior se percibe en la prensa impresa, pero el panorama es más sombrío aún en la electrónica y específicamente la televisiva. Si se recuerdan las imágenes del día de los

atentados, se tendrá en mente prácticamente las mismas, sin importar el canal televisivo en donde se estuvieran viendo. Los contenidos informativos también fueron prácticamente iguales. La desaparición de la diversidad fue constatada, sin que por ello se estuviera descubriendo algo insólito. Sólo se refrendó lo que muchas investigaciones han sustentado desde hace una década: la multiplicación de la oferta mediática no implica forzosamente la variedad de sus contenidos.

Esta situación es igualmente aguda, si hablamos de series televisivas, telenovelas o productos cinematográficos. En las ciudades mexicanas de tamaño mediano, los multicinemas son parte de los centros comerciales descritos líneas atrás. Si hace algunos años, había un promedio de seis salas en una urbe de esas dimensiones, hoy no es extraño encontrarnos con tres veces más ese número. Sin embargo, al comparar la oferta cinematográfica, es posible percatarse que no ha crecido: lo que se proyecta en un conglomerado es una copia de lo programado en el complejo cinematográfico situado en otro lugar de esa misma ciudad. Esto, sin tener que recordar que más del 90% de los títulos cinematográficos que circulan en México son producidos en Estados Unidos, con toda la carga ideológica que esto conlleva.

La uniformidad, por lo tanto, acelera ese proceso de naturalización de los objetos culturales. Si lo que se escucha, ve y lee es semejante entre sí, es repetido y es aceptado por los miembros de la sociedad a la cual se pertenece, no surge una inquietud siquiera en pensar preguntarse acerca del producto, el proceso y mucho menos será posible darse cuenta que esto ya no se aprecia como un fenómeno cultural, sino se asume como parte de la naturaleza social, como parte de uno mismo.

El siguiente rasgo presente en la cobertura noticiosa de septiembre, en México, en relación con tales atentados es la polarización de los sujetos de interés. Hoy como nunca, hemos visto en nuestros medios de comunicación lo que años atrás analizaba Teun van Dijk (1998: 328-344), a través de un “cuadrado ideológico”:

Nosotros	Ellos
Enfatiza lo positivo	Enfatiza lo negativo

Desenfatisa lo negativo	Desenfatisa lo positivo
-------------------------	-------------------------

Estos cuatro movimientos tienen como objetivo el resguardo de la imagen de los participantes que están actuando como miembros de grupo y forman parte de una estrategia global de la comunicación ideológica. Tomemos como ejemplo las imágenes (Imagen 1) que ilustraron, el jueves 13 de septiembre, tanto la portada como la contraportada de *La Jornada*, uno de los periódicos mexicanos con más penetración y que más claramente se ubican en cuanto a su espectro ideológico de centro-izquierda. Pues bien, dos de las tres imágenes exhibidas, las más grandes, posicionan dos símbolos en medio de la destrucción o la nada. En la imagen de la portada, la bandera estadounidense, ondea sobre las ruinas de lo que fueran las Torres Gemelas. El uso de este símbolo patrio fue recurrente en las siguientes semanas del atentado, pues bastaba él para reiterar los valores enunciados una y otra vez, tanto por las autoridades y las campañas emprendidas por ellos como por los comentaristas y los locutores televisivos: la unión del país (“United we stand”), la libertad, la democracia. Frente a lo tambaleante de lo que quedaba de la torre o la inmovilidad de sus escombros, la bandera es agitada vigorosamente por el viento. Es difícil ignorar la imagen del lábaro estadounidense en un sinnúmero de imágenes, en la apertura y la clausura de los noticiarios y los programas especiales y, sobre todo, en la jornada en la cual se reanudaron los juegos del deporte nacional: el fútbol americano y semanas después, la serie mundial de béisbol. En los cascos de cada jugador, contrariamente a los reglamentos, todos lucían una pequeña bandera de ese país.

La fotografía de la contraportada, por su parte, exhibe al símbolo neoyorquino, la Estatua de la Libertad, quien sigue en pie, aun cuando haya desaparecido del paisaje urbano el par de edificios que la escoltaban a lo lejos. Las imágenes focalizan la presencia de los símbolos que en ese momento desempeñaron un papel trascendental para que el espíritu de un país no se viniera abajo por la consternación, la derrota, la impotencia, el dolor y la sacudida a la confianza que abruptamente se le vinieron encima al pueblo estadounidense. En ambas imágenes, entonces, hay una adhesión a ese Nosotros herido.

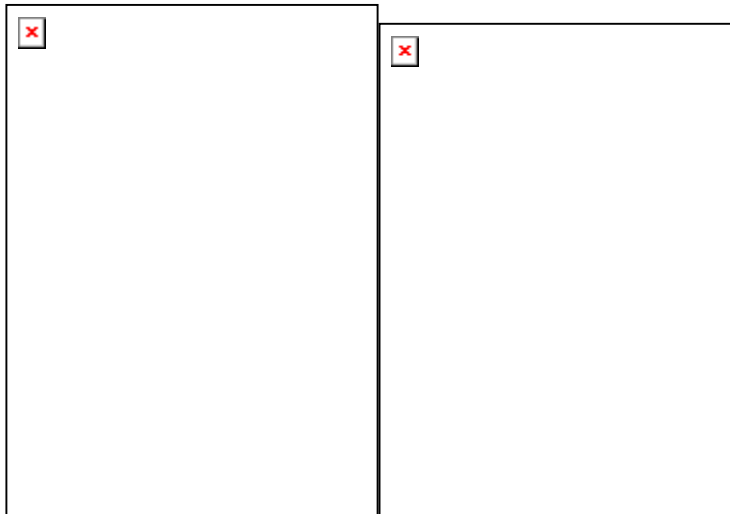


Imagen 1

Años antes, van Dijk había afirmado: “los mismos prejuicios predominantes que la prensa produce o alimenta se están utilizando para crear estados de conciencia colectivos que nos colocan a nosotros en un Occidente ‘moderno’ y ‘democrático’ frente a ellos, que, ante la desaparición del comunismo, se asocian principalmente con el conocido esquema orientalizante de una sociedad primitiva, dictatorial, violenta, de terrorismo islámico, árabe o de ‘fundamentalismo’” (1997: 228). En otro texto, en el artículo “Feminismo y postcolonialismo” (2001), recuerdo las propuestas de Edward Said, quien sostiene: “el imperialismo mantiene su poder mediante la designación de un espacio discursivo. Éste silencia y convierte en invisibles todas aquellas perspectivas que no concuerdan con los marcos de referencia forjados.”

Comparemos ahora la tercera imagen de la contraportada junto con la siguiente (Imagen 2):



Imagen 2

Fotografías como ésta han circulado en todo el mundo, una vez que las sospechas de la autoría intelectual de ese inusitado acto de violencia recayeron en el líder Osama Bin Laden. Junto con la nota que días después se publicó globalmente, en la cual se retomaba su declaración de inocencia, aparecía su imagen con un arma a un lado y una sonrisa en el rostro. Exactamente lo mismo había ocurrido un día antes, cuando la prensa occidental dio a conocer que Omar Khadafi, ancestral enemigo político de los Estados Unidos, se deslindaba del hecho. En ese caso, también se difundió su figura con un arsenal detrás suyo. En ambas ocasiones, las imágenes eran de archivo, lo cual implica la posibilidad, escasa es cierto, pero real, de la selección de las imágenes que serían difundidas.

Las fotografías de los líderes políticos estadounidenses, en cambio, tienen como marco la destrucción absoluta. Por un proceso tropológico, las imágenes presentadas dicen mucho más de lo que muestran. Se establecen en ellas los pares

Nosotros	Ellos
Inocencia	Culpabilidad
Pacifismo	Belicismo
Impotencia	Acción
Modernidad, progreso	Primitivismo

El primer par bastaría para que al cuestionarse las siguientes parejas se debilitaran en forma contundente. Si “Ellos” (Osama Bin Laden a la cabeza, pero los fundamentalistas musulmanes detrás de él) son culpables, entonces la agresión contra Estados Unidos ha convertido a este país, de inmediato, en un adalid de los valores occidentales, dentro del discurso mediático. Así, de un plumazo se borran las intervenciones en Grenada, Panamá, Medio Oriente o el Golfo Pérsico, por nombrar unas pocas. El sentimiento de impotencia frente a la acción emprendida por “Ellos” justifica una reacción, similar o mejor aún: más destructiva que la padecida. De ahí el primer nombre, luego cambiado, de la planeada operación militar: Justicia infinita. Se reafirma la distancia en relación con el “Otro”, nuestras diferencias con él, mediante el énfasis en la indumentaria (árabe y, por si fuera poco, con una tela con un diseño militar) y el lugar (una tienda de campaña) en

donde es fotografiado Bin Laden. El contraste es evidente con el paisaje que rodea a George Bush y al secretario de defensa, vestidos impecablemente de traje y corbata, en el sitio de la desgracia.

El sentido común pone al lector del lado del agraviado. Hoy es el pueblo estadounidense y mañana es él porque lo atacado es también su estilo de vida, sus valores, lo que simbolizan para el ser humano contemporáneo. La lógica dice que son “Ellos” los enemigos, a quien el lector también debe desear vencer. Es difícil percibir la gran trampa ideológica inmersa en estos pseudo-razonamientos, dudosos desde el momento en el que proponen una perspectiva binaria en donde se recurre, como en los cuentos de hadas y los esquemas narrativos más elementales, a dualidades del tipo malo/bueno, blanco y negro.

Evidentemente, frente a los terribles acontecimientos del 11 de septiembre pasado en Nueva York, la lógica impele a censurar y a sentir una gran consternación por lo sucedido. Los muertos, los deudos y las consecuencias (pérdidas de empleo, trastornos familiares, inseguridad social, alarma generalizada) se merecen esos sentimientos y mucho más. Pero no se puede consentir la construcción de una emotividad, exacerbada principalmente por las imágenes y los audios vistos y escuchados y que esto anule la conciencia de las causas y los antecedentes, en donde la hoy víctima no ha desempeñado el papel de la inocente.

El papel de los receptores activos y pensantes debería conducir a preguntarse sobre estos procesos de construcción ideológica, en la que los medios de comunicación son protagonistas. Después de la Segunda Guerra Mundial, fueron los orientales (japoneses, chinos, vietnamitas, no había diferencia alguna); posteriormente los comunistas rusos, desde hace varios años, ahora el enemigo es el islam. ¿No nos extraña, entonces, que sean los valores de Occidente siempre los buenos de la película? Bastaría un vistazo a los villanos de la serie de James Bond o a los de Rambo para conocer cuál es el enemigo ideológico en turno.

Deseamos finalizar este punto, sobre el cual podríamos profundizar mucho más, enfatizando que no se trata de sustituir nombres o polarizar posiciones. Sostener la

inocencia o la culpabilidad de alguno sería respaldar un esquema basado en los extremos. Hoy se llama el islam, mañana podrá ser cualquier otro grupo humano, si se continúa con la simplificación de una realidad enormemente compleja. Característica que lejos de inducir a dejar las explicaciones a los “expertos” o a cuadricular para intentar entenderla, debería invitar a profundizar en ella. En este sentido, los medios de comunicación están fallando tanto como la responsabilidad ciudadana. Ni ellos están creando los espacios para el cuestionamiento, ni los miembros de cada sociedad los están exigiendo, generando o siquiera planteándolos como necesarios.

¿Una vuelta al humanismo?

¿Cómo evitar el colapso del compromiso civil? En su libro, Putnam (2000) ofrece diversos modos de restaurar las relaciones sociales que se han erosionado en los últimos tiempos. Insiste en la necesidad de educar a los niños y los jóvenes en una mayor participación en actividades sociales, desde equipos deportivos a servicios comunitarios. En cuanto a los que ya están en el mundo laboral, habla de la necesidad de fomentar un ambiente familiar amistoso y orientado comunitariamente, por una parte. Por la otra, la urgencia de que las organizaciones brinden una mayor flexibilidad a sus empleados, de modo que pudieran atender sus responsabilidades familiares y civiles.

Para intentar atar los cabos que hemos dejado sueltos en estas líneas, retornaremos a las parejas ética y medios de comunicación, ética y discurso periodístico. Hemos abundado sobre el concepto de ética, como un espacio que favorece la reflexión y que erige al individuo como un ser en libertad. Después de todo, son sus elecciones las que lo definen. En este sentido, los medios de comunicación tienen una responsabilidad urgente en sus manos: erigirse en foros, en tribunas, que promuevan la reflexión sobre la realidad.

Su función va mucho más allá de ser transmisores de datos en bruto que se solazan cuando hay una declaración de guerra, un atentado terrorista o un golpe de estado, pues eso les asegura el titular del día siguiente o el “teaser” del noticiario vespertino. Su rol más bien se vincula a informar, sí, pero aparejado a una visión ética, lo cual presupone aparejar el número de muertos a las causas que están detrás de esos sucesos. No se reduce a explicar cómo aconteció el hecho, sino a cuestionarse la razón por la cual tuvo

lugar y con ello mover a la opinión pública a que se pregunte sobre si es ésa la realidad en la que quiere vivir.

Así como la ética no provee las recetas para ser una buena persona, los medios de comunicación tampoco van a arreglar el mundo por sí solos. No obstante, poner a pensar a los lectores, invitarlos implícitamente a participar de manera activa en la plaza pública, en el foro social, tiene consigo toda una serie de consecuencias deseables. En un primer término, activar ese sentido comunitario, de cohesión social del que habla Robert Putman. Si un medio de comunicación ofrece las herramientas de manera sistematizada, vinculados con objetivos específicos, programas diseñados *ex profeso*, a través de reportajes de fondo, periodismo de investigación, debates, micrófonos abiertos, programas o textos de análisis, entre muchas otras posibilidades, para que el lector o el espectador tome una postura y se abra a conocer las de los otros, sus vecinos, sus conciudadanos de aquí o del mundo, estará reactivando esa necesidad del Otro, el requerimiento de tener con quién hablar, con quién dialogar, con quién llegar a consensos y también, por supuesto, a la aceptación de la discrepancia, de la diferencia.

En segundo lugar, los propios medios de comunicación propiciarán una crisis de la representación. Las imágenes no se apreciarán más como **la realidad**, sino como intermediarios de ella. El asesinado, el derrocado, el preso no serán más sujetos de una imagen, sino se convertirán en personas, en individuos, cuyos destinos están ligados indisolublemente a una sociedad y, por lo tanto, vinculados del todo con cada uno de nosotros.

¿Es esto una propuesta humanista? Me parece que sí. Es un retornar a una visión del ser humano como constructor de sí mismo y de su entorno. Junto con Gianni Vattimo (1994), vemos nuestro tiempo como un campo de oportunidades, en el que existe la posibilidad real de una existencia diferente y menos apocalíptica. Junto con este filósofo italiano, abordamos el humanismo lejos de la perspectiva tradicional del ser humano como núcleo del universo y señor del ser. En un tiempo en donde los centros y las referencias inamovibles han perdido sentido, la antigua perspectiva humanista poco contribuye a esclarecer la experiencia contemporánea. La de Vattimo propone al individuo a responsabilizarse de sí mismo, a admitirse como débil, negarse como sujeto fuerte, como

sujeto/centro y como espíritu absoluto. Esto implica la renuncia de la consideración de la ética como una prescriptiva, como una legitimación a los discursos sociales vigentes de fuerte orientación utilitarista. Más bien invita a mirarla como la plataforma que potencializará nuestro espíritu crítico, que agudizará nuestra capacidad de observación y creatividad sobre una realidad nunca acabada, siempre abierta a la acción de cada ser humano.

Bibliografía

Casado Valverde, Manuel. *Lenguaje y cultura*. Síntesis. Madrid, 1988.

Castro Ricalde, Maricruz. 2001. "Feminismo y postcolonialismo" en *La enseñanza de las humanidades*. <http://bb.tec.com.mx>

Dijk, Teun van. 1997. *Racismo y análisis crítico de los medios*. Barcelona: Paidós.

-----1998. "Estructuras ideológicas del discurso" en *Ideología*. Barcelona: Gedisa.

MacBride, Sean et al. 1981. *Un solo mundo, voces múltiples*. México: FCE/Unesco, 1980.

Mongin, Oliver. 1999. *Violencia y cine contemporáneos*. Barcelona: Paidós.

Olive, León. 1999. **Multiculturalismo y pluralismo**. México: Paidós/UNAM:

Peñafiel, Carmen 1995. "Responsabilidad pública del periodista" en **Medios de comunicación y sociedad**. Bilbao: UPV.

Putnam, Robert D. 2000. **Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community**. New York: Simon & Schuster.

Sánchez Capdequí, Celso. 1999. **Imaginación y sociedad: una hermenéutica creativa de la cultura**. Madrid: Tecnos/Universidad Pública de Navarra.

Santuc, Vicente. 1998. "El nuevo hombre mundial. Del topo en sus laberintos" en **Neoliberalismo y desarrollo humano. Desafíos del presente y el futuro**. Lima: Instituto de ética y desarrollo.

Savater, Fernando. 2000. **Los caminos para la libertad. Ética y educación**. México: Ariel/Tec de Monterrey.

Vattimo, Gianni. 1994. **El fin de la modernidad. Nihilismo y hermenéutica en la cultura posmoderna**. 4ª. ed. Barcelona: Gedisa Editorial.