

INTRODUCCIÓN

La ética periodística a comienzo del siglo XXI

Juan Carlos Suárez Villegas
(Universidad de Sevilla)
jcsuarez@us.es

El carácter dinámico de la sociedad frente a la celeridad de los cambios producidos en el mundo de la comunicación, requieren del buen ejercicio de la ética comunicativa; y los medios de comunicación como principales protagonistas y responsables ante la sociedad deben basar su labor en el respeto a los derechos de las personas y el compromiso educativo con la formación cívica y política de la ciudadanía. En consecuencia, la visión reduccionista del comunicador como una especie de terminal tecnológico resulta inadecuada. La formación ética y humanista del comunicador social es una garantía de la libertad ciudadana. Reconocer el valor de lo humano es la primera exigencia del comunicador social y aquí entra la ética como reflexión crítica de la realidad social. Una visión de la comunicación como un instrumento de educación, en el que se potencien valores de integración comunitaria y el respeto a la dignidad y los derechos de la personalidad.

Desde el punto de vista social, el sistema mercantiliza la información y somete lo humano al libre mercado, haciendo que la ética reclame lo humano como el núcleo de cualquier ejercicio comunicativo. La ética en la comunicación no sólo es una garantía de calidad y una inversión en credibilidad y confianza; contribuye a gestar una sociedad crítica, tolerante y responsable. Como ha manifestado la profesora Adela Cortina, “pensar con seriedad y deliberar sobre una ética de los medios de comunicación es una de las tareas más importantes, y también más urgentes, en una sociedad que quiera serlo de ciudadanos, y no de siervos”. Por eso los medios de comunicación han de potenciar el uso público de la razón como condición fundamental de una ciudadanía activa y responsable con los poderes públicos.

Corresponde a instituciones como la Universidad de Sevilla y la Fundación Tres Culturas del Mediterráneo liderar una reflexión sobre las funciones de los medios de comunicación en los nuevos paradigmas de convivencia multicultural del siglo XXI. Siguiendo al profesor de la Universidad de Sevilla, Manuel Ángel Vázquez Medel, “nuestra institución universitaria debería estar comprometida con el desarrollo, en su seno, de una *acción comunicativa*, orientada –a través del diálogo y la transdiscursividad– hacia la comprensión y al establecimiento de consensos razonables, un proceso en el que los actores se deben encaminar al entendimiento mutuo sobre normas y valores y no sólo sobre medios y fines, en vez de potenciar *acciones estratégicas*, teleológicas, instrumentales e impositivas que, siendo acrílicas con el sistema, tienden a perpetuar un *statu quo* casi siempre injusto. La Universidad del siglo

XXI no se puede construir al margen de esta *ética de la acción comunicativa*, de esta *ética dialógica* (K. O. Appel).

Es preciso pensar en la labor que ejerce la ética de la comunicación en una sociedad eminentemente multicultural, en la que el respeto a la diversidad e identidad cultural constituye una condición indispensable para la igualdad y la libertad. La comunicación social ha de contribuir a la integración entre las distintas culturas que conviven en una sociedad abierta y plural, basada en el respeto a la libertad individual y la igualdad como valores cardinales de una ética democrática. La desigualdad comunicativa constituye hoy día un obstáculo para la libertad social. En consonancia con las líneas de trabajo de la Fundación Tres Culturas, cuyos objetivos son la promoción del diálogo, la paz y la tolerancia entre pueblos y culturas, y apoyando la iniciativa del II Plan para la Alianza de Civilizaciones que promueve el uso responsable de los medios de comunicación, consideramos muy importante la puesta en marcha de un congreso destinado a reflexionar sobre la responsabilidad comunicativa en un mundo globalizado.

No menos necesario resulta la ética como freno a las tendencias sensacionalistas de la información y el morbo de la ciudadanía hacia la intimidad humana. La humanidad en su conjunto constituye el auténtico enriquecimiento de la sociedad, las personas son las responsables del cambio social y los medios tienen un papel fundamental en este sentido a través del entusiasmo de sus convicciones. Erran quienes emplean la espectacularización del dolor y la tragedia ajena como modelo comunicativo, incluso los que piensan que es la mejor pócima para concienciar a la población ante la barbarie humana. Sólo un diseño de comunicación que respete la dignidad de las personas y refleje de manera igualitaria al conjunto de la humanidad, sin distinción de sexo, religión, raza, etnia, lengua, aspecto físico o singularidad en su modo de vivir y ser, podrá garantizar el libre desarrollo de la sociedad.

Con este encuentro se pretende crear también, un foro de debate que recoja las opiniones en torno a un tema tan sensible como la influencia de la ética en los medios de comunicación y su posterior impacto en la formación de la opinión pública. La Fundación Tres Culturas desea impulsar en el contexto de este Congreso un debate acerca de la *importancia de los medios de comunicación en los conflictos internacionales*. Para ello, contaremos con la presencia de expertos a nivel local e internacional, que nos acercarán a la realidad que viven los medios en los distintos escenarios de actuación.

Por otro lado, se precisa una reflexión dirigida a entender la comunicación como fenómeno global, con los juegos de poder que surgen de flujos comunicativos que retransmiten una visión parcial de los acontecimientos. Un mundo más seguro pasa por un mundo más comunicado y capaz de hacer de los medios de comunicación espacios de diálogos y participación ciudadana.

Por tal razón, algunos de los temas que serán objeto de atención prioritaria en este congreso son los siguientes.

Los límites éticos al sensacionalismo informativo y mediático.

La intimidad asediada. El impacto que ejercen los medios de comunicación en los derechos de la persona: el derecho al honor, a la intimidad y a la propia imagen, son inherentes del ser humano, y por ello, los límites éticos deben constituir una barrera infranqueable. No deben olvidarse los criterios éticos en la diligencia profesional de los medios, en el modo de actuar de una profesión que ha de servir como punta de lanza a la sociedad sobre los valores que han de estar presentes en la convivencia. Por eso, unos medios de comunicación que convierten la privacidad en objeto de atención injustificada, que faltan con ligereza al honor de las personas, o que conceden a la cámara el derecho de grabar y poseer la vida del otro sobre la lente de su objetivo, son formas que menoscaban la dignidad humana.

No menos preocupante es preguntarse por la ética de la imagen, de los límites de su valor informativo y de los excesos que se cometen en su utilización para despertar conciencias habituadas al consumo del dolor ajeno.

Ética de los medios y educación cívica.

Se tratará de reflexionar sobre las funciones éticas asociadas a los medios de comunicación (desde la prensa escrita y la radio, hasta la TV e Internet) en el devenir de las sociedades democráticas. Los medios de comunicación son educadores permanentes de la opinión pública asumiendo una labor educativa intrínseca en todas sus propuestas de comunicación. Por ello, su análisis servirá como punto de partida para comprender la importancia de una buena educación mediática en tales sociedades. La alfabetización mediática, así como la educación en valores a través de la comunicación, son retos indispensables de nuestras sociedades actuales. Las formas de comunicar son también “contenidos” y son éstos los que primeramente llaman la atención de los más pequeños. Por esta razón, se precisa reflexionar sobre la importancia de los medios de comunicación en cuestiones tan actuales en nuestra sociedad como la igualdad de género, la violencia social, la discriminación silenciada de los colectivos más vulnerables o una adecuada educación política para ejercer las funciones ciudadanas.

La atención a las exigencias de la convivencia multicultural y el pluralismo religioso y su tratamiento por parte de los medios de comunicación son otros importantes objetivos de esta sección.

Medios de comunicación y poder político. La responsabilidad ética de los medios de comunicación como garantía de la verdad informativa.

Propone este espacio la reflexión sobre los riesgos que entraña el control de los medios de comunicación por parte de los poderes políticos y económicos, que puedan actuar de algún modo en beneficio propio. Analizamos el papel de los medios como correa de transmisión de los intereses político-económicos del sistema, los cuales condicionan los contenidos informativos, incluso encontrando intereses foráneos en informaciones. La transnacionalidad de los grupos mediáticos ha permitido el flujo de intereses político-económicos no sólo nacionales, que influyen directamente en la versión de las informaciones vertidas por los medios. Con todo ello, apoyamos el estudio de la responsabilidad ética de periodistas y medios de comunicación frente a los riesgos de

las empresas mediáticas, así como posibles connivencias entre poder político y poder mediático que supongan formas de censuras “democráticas”.

Abordaremos también en el marco del congreso la responsabilidad de los medios de comunicación en la cobertura de los conflictos internacionales. La función ética de la comunicación es esencial para alcanzar una comprensión equilibrada y razonada de los conflictos, a fin de motivar a la opinión pública a favor de soluciones pacíficas y justas.

Audiencias activas: la ética de los receptores como productores de contenidos informativos.

Desde sus comienzos la Ética de la Comunicación se ha preocupado de velar porque los emisores institucionales (medios de comunicación, públicos y privados) tuvieran en cuenta ciertos principios a la hora de elaborar sus contenidos. Pero las líneas trazadas por la Ética y deontología para orientar a profesionales y empresas de la comunicación en el buen desarrollo de su función social y su compatibilidad con los valores de la democracia, se han torcido. La irrupción de las audiencias participativas en el sistema comunicativo configurado por Internet obliga a repensar la Ética de la Comunicación, que ahora debe redimensionar esas normas y valores morales para guiar al nuevo sujeto moral que se convierte en emisor de contenidos.

Un segundo aspecto es el de las normas de participación, que obliga a las empresas comunicativas a exigir a los usuarios de la comunicación que utilizan sus canales de participación un comportamiento moral que se traduce en normas de participación. Uno de los canales más utilizados en este sentido es el de comentar las noticias en la prensa digital. ¿Se cumplen esas normas de participación? ¿El diálogo entre usuarios de la comunicación es compatible con la democracia?

La tensión entre mercado y democracia, entre Política y Economía es el tercer aspecto interesante a tratar en este apartado. Las nuevas tecnologías han abierto de par en par las puertas de la participación de los lectores en los ciberdiarios. Pero, ¿esta iniciativa obedece realmente a una voluntad democrática de participación o, por el contrario, obedece a una estrategia de *marketing* que tiene como objetivo principal fidelizar a la audiencia y obtener a través de ella contenidos a coste cero?

Periodismo y profesión: Análisis ético y deontológico de las propuestas sobre un futuro Estatuto profesional.

Desde una perspectiva ética y deontológica, que el Periodismo sea o no una profesión no constituye un tema baladí. La deontología, que tiene en la ética profesional su pilar de apoyo fundamental, necesita de la profesión para encauzarse óptimamente como autoexigencia de aquellos que desarrollan el quehacer profesional. Las obligaciones y responsabilidades deontológicas han de ser establecidas por el colectivo profesional. Conocidas y asumidas, hasta el punto de hacerlas propias, por todos y cada uno de los que ejercen la profesión. Si sólo implica a unos pocos la profesión se resiente y como tal no existe.

No sólo hay que definir esas normas (creando el código deontológico) e implantar mecanismos para supervisarlas y corregir los comportamientos que las vulneren, es preciso constituir un organismo principal o referente que ostente la representación de

todo el colectivo profesional, y sea capaz (por cuanto así esté legitimado ética, deontológica y legalmente) de instaurar los deberes y los derechos que permitan a los profesionales ser consecuentes con su función social. Un estatuto aspira a regular en este sentido la profesión, además de comenzar por una tarea básica: definir tanto la actividad en sí como al profesional, para, de esta manera, justificar el porqué de las normas contenidas en el mismo y a quién pueden serle aplicadas.

Es imprescindible una garantía efectiva de la independencia del profesional de la información, sin la que se puede padecer un “secuestro democrático” de quienes contribuyen a la formación de la opinión pública dentro de estructuras empresariales que se deben a otros sectores e intereses. La evolución de las distintas propuestas de Estatuto profesional y el debate sobre los modelos de organización profesional más efectivo, serán otros de los frentes que se aborden en el presente congreso con el objetivo primordial de la reflexión ética al servicio de la comunicación.