

ÉTICA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

*Comunicación del académico
Gral. Hugo Mario Miatello, en sesión privada de la
Academia Nacional de Ciencias Morales y Políticas,
el 18 de setiembre de 1996*

ÉTICA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Por el académico Gral. HUGO MARIO MIATELLO

*Breves reflexiones dedicadas a mi nieta María Florencia,
Licenciada en Periodismo*

Prólogo

Durante el auge de la era de las ideologías, el uso de los medios de comunicación social como armas de la guerra psicológica adquirió tal importancia que se los consideró incorporados, necesariamente, a todas las actividades de la contienda total.

Ellos fueron utilizados preferentemente por los estados totalitarios, pero el resto del mundo no desechó su valor y también los incorporó a su arsenal.

Actualmente el desarrollo tecnológico que han adquirido, su influencia en el desarrollo cultural y la forma en que inciden en la conducta humana los han hecho tema de opinión diaria y merecen, por lo tanto, un estudio profundo.

Ese estudio admite distintos enfoques: el histórico, el técnico, el jurídico, el político, el económico y el ético. Es indudable que pretender abarcar a todos ellos excede la posibilidad de exponerlos en una breve comunicación académica.

Se pretenderá, por lo tanto, destacar un aspecto: el uso ético de los medios de comunicación social, aunque para ello

es necesario fijar, previamente, algunos conocimientos accesorios, que permitan configurar el contexto en el cual se debe efectuar el análisis.

Ese contexto permitirá, fundamentalmente, interpretar la influencia de las comunicaciones en los individuos, la sociedad y la cultura y entender el tipo de sociedad en la que surgieron los medios de comunicación sociales o de "masas".

Se pone énfasis sobre la importancia de los medios, considerándolos forjadores, por la difusión de información que efectúan, por la configuración de normas, roles, categorías que desarrollan y por el control social que ejercen. Es menester, también, determinar cómo han influido en nuestro comportamiento, no solamente con la comunicación de la realidad, sino también con concepciones subjetivas del mundo objetivo.

Queda establecido que a continuación no podrá encontrarse un texto, libro o manual amplio, sino simplemente una guía para el análisis, posible de efectuar individualmente, o en conjunto.

Es por ello que consideramos justificada la dedicatoria al establecer que son "breves reflexiones", dedicadas a mi nieta, no solamente por un hecho sentimental, sino porque representa la generación actual, que usa los medios tecnológicamente más avanzados para la comunicación, a la que se le reclama, por lo tanto, no solamente el conocimiento técnico de esa herramienta, sino la ética necesaria en el uso de la misma.

INTRODUCCIÓN

Al iniciar el análisis del tema propuesto y ordenar las ideas sobre un asunto de tanta importancia y resonancia, con la obligación de dar al contexto un contenido breve, pero adecuado al desarrollo de la materia, decidí que no debía ajustarme únicamente a mi conocimiento personal y a mi experiencia individual, sino que debía reforzar éstos con otros

estudios más específicos. Así surgió este primer capítulo con la mención de algunas opiniones que consideré adecuadas.

Las citas conceptuales que se enuncian a continuación no son las únicas, ya que existe una vastísima bibliografía sobre la materia. Tampoco pretenden ser las más representativas, sin que signifique restarles valor a sus autores.

Son oportunas, porque ellas, por sí mismas, permitirán al lector elaborar una respuesta al tema propuesto.

Melvin de Fleur y Sandra Ball Rokcach, de las Universidades de Miami y del Estado de Washington, en sus *Teorías de la Comunicación de Masas*, proponen estudiar la *comunicación humana* como proceso general y luego un estudio específico de la *comunicación de masas*.

Establecida esta diferencia, la atención de los autores se vuelca sobre la comunicación de masas y precisamente sobre los medios, para determinar, mediante un estudio desapasionado de una cantidad limitada de sociólogos, psicólogos, periodistas, estudiosos, el papel que desempeñan los mismos en nuestra sociedad.

Con bastante objetividad consideran que se debe reemplazar la especulación emocional por pruebas válidas, como bases para un debate público de la comunicación de masas. Así se plantean dos posiciones opuestas.

Por una parte, los diferentes medios son acusados en muchas oportunidades de: rebajar el gusto cultural del público; aumentar las tasas de la delincuencia; contribuir a un deterioro moral general; empujar al público a una superficialidad política; suprimir la creatividad; inducir a la aceptación del engaño, etc.

Esa es una lista negativa, y si los vehículos, aparentemente inocentes, que nos penetran, fueran realmente culpables de esas influencias censurables, corresponde desde luego que se los vea con temor y deseos de oponerse.

Pero por otra parte, los defensores de otros puntos de vista opuestos, sostienen que nuestros periódicos, radios, televisores, cine y afines, no son recursos del mal sino nuestros fieles servidores y hasta salvadores puesto que: denuncian el pecado y la corrupción; actúan como guardianes de la libertad

de palabra; aportan, cuanto menos cierta cultura a millones de personas; proporcionan diversión a una mayoría de la población; nos informan de los acontecimientos mundiales; enriquecen nuestro nivel de vida incitando a la compra de productos útiles, etc.

Si estas argumentaciones son ciertas, calificar a los medios en forma negativa, no sería correcto.

Pero, hasta que una investigación fiable no pruebe que los medios están o no comprendidos en los argumentos de los acusadores o de los defensores, la controversia seguirá produciéndose.

Este enfoque, efectuado sobre la experiencia en los Estados Unidos de Norteamérica, induce a un estudio profundo y objetivo del tema y plantea la necesidad de aclarar el sentido de ciertos términos, que se utilizan: comunicación humana; comunicación de masas; medios de comunicación de masas o medios masivos de comunicación y, fundamentalmente el uso de los medios.

II

El profesor canadiense Marshall Mc Luhan se convirtió en los años sesenta, en uno de los teóricos de la comunicación más célebres del mundo, por su arriesgada tesis de la desaparición del libro, y por extensión, de la escritura, como fundamento de la cultura y por la dependencia de ésta a la evolución de los medios de comunicación social.

Su tesis tiene su punto de partida con la publicación de *La Galaxia Gutemberg: La Creación del Hombre Tipográfico* (1962) y continúa con otra obra célebre *El Medio es el Masaje* (1966).

Debo precisar, que Mc Luhan fué muy criticado por un sector de la intelectualidad, por sus vaticinios; pero, en realidad, lo que él pretendió, fué realizar un análisis de un fenómeno cultural de tanta magnitud como el de los modernos medios de comunicación de masas.

Mc Luhan es materialista en su visión de la historia, un materialismo en que el papel de la infraestructura es debido a los cambios en la comunicación.

Frente a los medios tecnológicos modernos, no cabe otra aceptación, en su criterio, de que ellos gobiernan fatalmente el destino de la humanidad, construyen la cultura, la conciencia y hasta la sensibilidad individual.

Por eso, sostiene que las sociedades siempre han sido moldeadas, más por la índole de los medios con que se comunican los hombres, que por el contenido mismo de la comunicación. Todos los medios los vapulean minuciosamente. Afirma también, que ellos son tan penetrantes en sus consecuencias personales, políticas, económicas, estéticas, psicológicas, morales y sociales, que no dejan parte alguna de nuestra persona intacta, inalterada, sin modificar.

Por ese motivo, sostiene Mc Luhan en *La Galaxia Gutemberg*, al resaltar el desarrollo tecnológico de los medios, que desde la invención de la rueda y la escritura hasta el advenimiento de la electricidad y la televisión, los seres humanos han creado unos modos de "sentir" la realidad que han ido siempre aparejados con aquellas invenciones. La aparición de un nuevo medio, conlleva la aparición de una nueva forma de ver el mundo. Así, el hombre tipográfico, sería el hombre especializado, que registra su experiencia en función de la lectura y mediante un objetivo, el libro. Como en *La Galaxia Gutemberg*, Mc Luhan opina sobre un medio, la imprenta, que, según él, hoy se bate en retroceso ante la irrupción de otros medios, como la televisión, establece la decadencia del hombre tipográfico.

En *El Medio es el Masaje*, resume la idea: los medios manipulean a los receptores, los mueven, conforman su personalidad y su conciencia, y todo ello, incluso por encima de los contenidos que pueden transmitir.

J. M. Pérez Tornero de la Universidad Autónoma de Barcelona, se refiere a Mc Luhan y sostiene que: "el mercado editorial norteamericano experimentó, en los años sesenta, lo que se conoce como 'el boom de las cuatro magníficas M': Marx, Mao, Marcuse y Mc Luhan. Un momento de eferves-

cencia radical, que acompañó las primeras revueltas estudiantiles". Casi treinta años después, cuesta comprender ese singular agrupamiento, sobre todo a la inclusión del profesor canadiense, que según Tornero, nada tuvo de marxista.

Jean Marabini, en *Marcuse, Mc Luhan y la nueva revolución mundial* ha escrito que ambos "aunque diferentes en el estilo, son concientes de un cambio profundo en la sociedad norteamericana en la que viven, pero, son distintos en cuanto a que Mc Luhan no reconocía otro cambio social que el impuesto por la tecnología. El cree ver que a lo largo de la historia se han franqueado tres etapas distintas: una primera tribal en la que no existe desequilibrio entre los sentidos; una segunda en que el descubrimiento del alfabeto fónico y la escritura, imponen el predominante sentido de la vista y el oído sobre todos los demás, que originará todos los cambios modernos; y llega una tercera, dominada por la electrónica, en la que se retorna al tribalismo y a una especie de 'aldea global' sostenida por los nuevos medios de comunicación."

Nos vemos obligados a pensar que este determinismo histórico tecnológico, con reminiscencias del materialismo dialéctico histórico de Marx, por la evolución dialéctica de la sociedad, se ajusta más al pensamiento del futurólogo contemporáneo Alvin Toffler, con su célebre trilogía *El Shock del Futuro, La Tercera Ola y El cambio del Poder*, donde la infraestructura que dá lugar a los cambios en la superestructura, se determinan más por las diferencias en las técnicas de producción, es decir los aspectos tecnológicos, que por las formas políticas o sociales, que serían sus derivadas.

La mención de la teoría Mc luhana, no tiende a obligar a la aceptación de sus principios, sino que se introduce por otro camino, en el campo de la comunicación social resaltando la importancia de la acción de los medios.

III

Jean Francois Revel, por su parte, en *El Conocimiento Inútil*, inicia su estudio sobre el tema con una afirmación de

terror: "La primera de todas las fuerzas que dirigen el mundo es la mentira". Luego de sostener que la civilización del siglo XX se ha basado, más que ninguna otra antes de ella, en la información, la enseñanza, la ciencia, la cultura, en una palabra, en el *conocimiento*, efectúa consideraciones sobre la actuación de los medios y el público, buscando la diferencia entre la difusión del conocimiento en los países de régimen político totalitario y en los democráticos.

No obstante, lo que preocupa a Revel es lo que ocurre en los ambientes democráticos, cuando se traiciona el deber de informar correctamente, y se pregunta "¿Qué sucede si es la misma información la que se las ingenia para oscurecer el juicio de quienes la reciben? ¿Acaso no se ve a menudo que los medios de comunicación que cultivan la exactitud, la competencia y la honradez constituyen la porción más restringida de la profesión, y su audiencia, el más reducido sector del público? ¿No se observa que los periódicos, emisiones, revistas, o debates televisivos, las campañas de prensa que agitan las profundidades y originan los más poderosos oleajes, se caracterizan, salvo excepciones, por un contenido improductivo cuya pobreza corre pareja con su falsedad?"

Estas y otras inquietudes llevan al autor a afirmar: comportarse científicamente, en otras palabras unir racionalidad y honradez, es no pronunciarse sobre una cuestión más que después de haber tomado en consideración todas las informaciones de que se puede disponer, sin eliminar deliberadamente ninguna, sin deformar ni expurgar ninguna, y después de haber sacado lo mejor, que se sepa, y de buena fe, difundir las conclusiones que parezcan autorizadas.

Pero las dudas de Revel no apuntan solamente a censurar a los emisores de la información, por eso sostiene que no nos faltan conocimientos, sino la voluntad de utilizarlos.

Por ello plantea un dilema ¿es la comunicación lo contrario de la información?

He aquí otra forma de llegar al uso de los medios de comunicación, resaltando la buena fe que se debe poner en su utilización, agregando un requerimiento a la opinión pública sobre la información.

Guy Durandin en *La Mentira en la Propaganda Política y en la Publicidad*, dice: "Si los hombres que quieren dirigir a los demás simplemente se hicieran obedecer, no habría necesidad de propaganda ni de publicidad".

El papel de la propaganda y la publicidad es modificar la conducta de las personas a través de la persuasión, es decir, sin parecer forzarlas.

Uno de los principales medios que utilizan para ello es la información: dando falsas informaciones o sencillamente seleccionando las informaciones, se puede modificar los juicios de los interlocutores sobre las cosas, y con ello también su conducta.

La propaganda y la publicidad no se reducen a la mentira, ya que pueden echar mano a toda una serie de procedimientos. Pero la mentira es probablemente el más eficaz, debido a que, cuando tiene éxito, pasa desapercibida.

Tras afirmar que el intento de su estudio es profiláctico, afirma que la mentira es un arma, que consiste en colocar al que se enfrenta con quien la usa, en un estado de debilidad relativa.

Y como, según su opinión, hoy en día la organización de la propaganda y de la publicidad se halla en manos de profesionales, cuando éstos recurren a la mentira vuelcan en ello toda su competencia.

Por eso, si uno quiere defenderse de la mentira, tiene que conocer sus procedimientos que no son tan simples como la sola enunciación del término.

La obra de Durandin tiende a ilustrar sobre los objetivos y los procedimientos que se pueden utilizar para difundir conocimientos falsos (noticias, estudios, etc.), se refiere al uso de los medios de comunicación, e introduce dos términos dentro de la comunicación social: la propaganda y la publicidad que nos van a obligar después a efectuar ciertas aclaraciones.

La obra de Durandin, que es anterior a la de Revel, aparte de destacar la importancia de los medios de comunicación, alerta sobre el peligro del uso indebido de los mismos,

y nos acerca con las citas anteriores, al punto propuesto para nuestro ensayo.

V

La Iglesia Católica Apostólica Romana, manifestó también sus inquietudes sobre los medios de comunicación social en el Decreto *Inter Mirifica* (1963).

En su Introducción, considera a los medios como "Maravillosos inventos de la ciencia" y sostiene: "Entre los maravillosos inventos de la técnica que, principalmente en nuestros días ha traído el ingenio humano,la madre Iglesia acoge y fomenta aquellos que miran principalmente al espíritu humano y han abierto nuevos caminos para comunicar, con extraordinaria facilidad noticias, ideas y doctrinas. Entre tales instrumentos sobresalen aquellos que por su naturaleza no sólo pueden llegar a cada uno de los hombres, sino a las multitudes y a toda la sociedad humana, como la prensa, el cine, la radio, la televisión, y otros que, por ello mismo, pueden llamarse con toda razón: *medios de comunicación social*".

Pasa luego a tratar el diverso uso de los medios de comunicación social y reconoce que "estos instrumentos, rectamente utilizados, prestan ayuda valiosa al género humano..."; "sabe también que los hombres pueden utilizar tales medios en contra y convertirlos en instrumento de su propio daño; más aún, siente angustia por los perjuicios que de su mal uso se han infligido con demasiada frecuencia a la sociedad humana".

Luego siguen las recomendaciones que establecen que para el recto uso de estos medios, es absolutamente necesario que todos los que se sirven de ellos conozcan y lleven a la práctica en este campo, las normas de orden moral. Que consideren la especial naturaleza de las cosas que se difunden a través de estos instrumentos; que tengan a la vez en cuenta las circunstancias o condiciones todas, es decir, el fin, las personas, el lugar, el tiempo y demás factores que entran en juego en los diversos medios de comunicación y aquellas otras cir-

cunstances que puedan hacerles perder su honestidad, o cambiarlas.

Destaca el carácter específico con que actúa cada instrumento, es decir, su propia fuerza, que parece ser tan grande que los hombres, sobre todo si no están formados, difícilmente sean capaces de advertirla, dominarla y, si llega el caso, rechazarla.

La preocupación de la Iglesia Católica continúa manifestándose en la Introducción de la *Instrucción Pastoral Nueva Era del Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales*, en el vigésimo aniversario de la Instrucción Pastoral, *Communio et Professio* (1992), donde leemos: "Con la llegada de una Nueva Era, las comunicaciones conocen una expansión considerable que influye profundamente en todo el mundo. Las revoluciones tecnológicas representan sólo un aspecto de este fenómeno. No hay lugar en que no se haga sentir el impacto de los medios de comunicación sobre las actitudes religiosas y morales, los sistemas políticos y sociales, la educación.

"El primer areópago del tiempo moderno, es el mundo de la comunicación, que está unificando a la humanidad y transformándola -como suele decirse- en una "aldea global". Los medios de comunicación social han alcanzado tal importancia, que para muchos son el principal instrumento informativo y formativo de orientación e inspiración para los comportamientos individuales, familiares y sociales (Juan Pablo II, *Redemptoris Missio*).

Y sigue: "Los medios de comunicación tienen la capacidad de pesar no sólo sobre los modos de pensar, sino también sobre los contenidos del pensamiento. Para muchas personas, la realidad corresponde a lo que los medios de comunicación definen como tal; lo que los medios de comunicación no reconocen explícitamente, parece insignificante.

Estimando que los principios y las ideas de los documentos de la Iglesia poseen un valor duradero, quiere aplicarlos al contexto nuevo. No pretende pronunciar palabras definitivas sobre una situación compleja, cambiante y en perpetua evolución, sino solamente procurar un instrumento de trabajo

y estimular a los que deben afrontar las consecuencias de estas nuevas realidades.

Como se puede apreciar, esta posición de la Iglesia, implica resaltar la importancia que tienen los medios de comunicación social, tal la denominación adoptada, que en otra parte hemos titulado: "medios de comunicación de masas". Y, por sobre todo, insistir en que para el recto empleo de estos medios, es totalmente necesario que todos los que los usan conozcan y lleven a la práctica, fielmente, en este campo, las normas del orden moral.

Dice el Concilio Vaticano II: "el principal deber moral incumbe, en cuanto al recto uso de los medios de comunicación social, a los periodistas, escritores, actores, productores, realizadores, exhibidores, distribuidores, directores, vendedores, críticos y demás, que de algún modo intervienen en la realización y difusión de las comunicaciones; pues, es de absoluta evidencia la trascendencia y gravedad de su cometido en las actuales circunstancias humanas, ya que pueden encauzar, recta o torpemente al género humano informando e incitando".

Nos hemos extendido en esta opinión sobre el tema, porque realmente creemos que lo extractado de los documentos de la Iglesia Católica, son lo más cercano al fondo del estudio que realizamos.

VI

El Coronel Jorge Heriberto Poli, profundo estudioso de los temas que exponemos, tiene varias publicaciones que nos proporcionan elementos de juicio necesarios para producir otro enfoque sobre los aspectos considerados.

En una primera obra *Acción Psicológica* (1958), se preocupó de la relación existente entre lo psicosocial y la conducción militar, tanto a nivel táctico como estratégico.

En un segundo libro, que tituló *Comunicación Social* (1974), tuvo el propósito de introducir y alertar sobre la importancia, en los sectores de decisión civiles -tanto oficiales

como privados-, que en nuestros tiempos se posea una herramienta del poder: la estrategia psicosocial.

Precisamente a esta obra: *Estrategia Psicosocial* (1978) me quiero referir, no solamente por el estudio realizado, sino porque introduce un enfoque muy particular del uso de la comunicación social.

Para Poli, la estrategia psicosocial es una parte de la estrategia que se ocupa de la problemática psicosocial en los más altos niveles de decisión del Estado e internacionales, analizando las situaciones específicas, delineando planeamientos y llevando a cabo acciones concretas con las que debe apoyar a la estrategia general y además, en algunos casos, a una determinada estrategia contribuyente y, por último, realizar la valoración de los efectos logrados.

Pero interesa destacar que en su definición de comunicación social, la considera "expresión sinónima de estrategia psicosocial que se ocupa del estudio del fenómeno comunicacional moderno y particularmente de la influencia de los medios de comunicación social en las estructuras donde aquellos operan".

En cuanto a la comunicación masiva dice: "Se suele denominar en esta forma al uso de recursos técnicos que permiten lograr una comunicación cuantificada desde un solo elemento transmisor. Se la suele considerar como sinónimo de comunicación social; pero a ésta se le acuerda un sentido más preciso en cuanto a su alcance humano, mientras que el concepto de masificación o masividad está siendo puesto en tela de juicio, por cuanto connotaría actitudes o intenciones contrarias a la preservación de la personalidad individual".

Es importante destacar la idea del autor cuando dice: "Al prologar el presente trabajo, procuramos expresar claramente que conceptuamos 'lo psicosocial' como un elemento de la *decisión*, ésta como razón última de la conducción de toda y cualquier organización humana, con prescindencia de su finalidad, nivel y estructura".

Como se ve, junto al concepto de la comunicación social como elemento de difusión del conocimiento, el autor destaca la influencia de los medios como elementos de conducción

política, sobreentendiendo un uso ético, aunque en sus obras también advierte sobre el uso indebido que se puede hacer de los mismos.

VII

Otra publicación que merece una mención especial es la obra de Niceto Blázquez, de la Biblioteca de Autores Cristianos, colección que se publica bajo los auspicios y alta dirección de la Pontificia Universidad de Salamanca editada en 1994, y que fue titulada por su autor: *Ética y Medios de Comunicación*, lo que nos aproxima más a la intención de este estudio académico.

Prologando su obra, Niceto Blázquez se inclina por iniciar el planteo con las citas conceptuales de Revel en *El Conocimiento Inútil*: "La primera de todas las fuerzas que dirigen el mundo actual, es la mentira".

También, aunque sostiene que la verdad es un valor fundante del derecho a informar y a ser informado, recoge la opinión de Revel sobre el uso que muchos profesionales hacen de la comunicación social.

Añade a este pensamiento, la vieja teoría sofista sobre la imposibilidad de la verdad, de acuerdo con la cual "en periodismo, la objetividad no existe. Las noticias son fruto de la subjetividad del periodista. El periodista cuenta los hechos tal como él los ha visto. Desde su óptica, desde su perspectiva".

Estas y otras citas parecerían dedicadas a apuntalar la tesis de que la verdad es siempre un objetivo imposible al que el informador puede renunciar sin comprometer su responsabilidad profesional. No obstante, el autor sostiene que: "Tradicionalmente, los auténticos profesionales de la información han sido sensibles a las críticas del público y trataron de distanciarse de los poderes fácticos para proteger su independencia como garantía de objetividad. Noble actitud que ha dado un giro alarmante hacia la connivencia con las diversas formas de poder social".

Sostiene, por este camino, que el ideal de verdad cede la primacía al lucro y al influjo social como forma de poder. Y se aprecia un giro ético consistente en la alianza progresiva de los medios, con las estructuras del poder económico, político e ideológico.

Otro aspecto que destaca el autor es que: "el sensacionalismo de amplio espectro y la invasión de la intimidad, son formas de expresión social, otrora consideradas como impropias de los auténticos profesionales de la información. Actualmente, en cambio, todo eso, más la violencia y ciertas formas de conducta aberrante, gozan de gran simpatía en los medios de comunicación social".

Incluso en los países con larga tradición liberal, los gobiernos recelan de los medios y amenazan con salir al paso de los abusos cometidos en nombre de la libertad de expresión. Los medios y los gobiernos se explotan y censuran mutuamente ante el desconcierto del público.

Los informadores ejercen un poder inmenso sobre el público de buena fe. Un gran sector de los medios de comunicación social, está a las órdenes de grupos políticos, ideológicos, o económicos, a quienes sólo interesa influir y crear una opinión pública favorable a sus intereses partidistas. Sin olvidar que los propios medios son insaciables en sus apetencias.

La decepción del público se transforma en indignación, a medida que se van conociendo las técnicas de persuasión utilizadas para influir en la opinión pública, así como la falsificación de la realidad mediante las imágenes manipuladas, los silencios programados sobre injusticias flagrantes, o el resaltar determinados asuntos parciales y toda suerte de manipulaciones, cuya culminación es la "desinformación". Los analistas más imparciales comparten ampliamente la opinión de que la televisión es el medio masivo hoy en día más eficaz para crear opinión pública e imponer modelos de conducta.

Continúa Blázquez mencionando a aquellos que piensan que la ética es un asunto subjetivo y sentimental y los muchos que se preguntan si el ejercicio de la libertad de expresión

pública puede ser limitado en función de determinados principios.

Por todo ello, sostiene que con un mínimo de experiencia de la vida, no es tan difícil percatarnos de que los valores éticos existen con entidad propia, identificable en el contexto universal de los valores. Que hay que afirmar que existe una verdad de la vida, que puede ser encontrada por quien correctamente la busca y también existen realidades particulares, cuyo conocimiento objetivo es posible y al que ningún profesional de la comunicación puede renunciar sin daño de su honestidad personal y del respeto debido al público.

Sostiene el autor: " Deseamos contribuir a la creación de una mayor conciencia de responsabilidad en el uso de los poderosos medios de comunicación social, en un momento de su historia en el que se tiende a interpretar la libertad de expresión pública en clave de arbitrariedad, frivolidad y despotismo al mismo tiempo. Son tendencias degenerativas de la ética de la comunicación social, contra las cuales es preciso recordar con firmeza, que la profesión informativa es tan bella y noble por sí misma, que no puede permitir que sus patrones y ejecutivos desconozcan o desprecien aquellos criterios razonables que sirven para reconocer y admirar a los comunicadores sociales auténticos entre los falsos e irresponsables".

Frente a las posiciones de crítica o de esperanza, apuesta por la razonabilidad, reclamando transmitir mensajes de verdad y respeto a sus destinatarios dentro de una auténtica libertad de información.

¿COMUNICACIÓN HUMANA, SOCIAL O DE MASAS?

¿Estos términos admiten diferencias entre ellos? De hecho, parece posible efectuar definiciones distintas para cada uno o, por lo menos, adjudicarles un sentido especial en determinadas circunstancias, tal cual surgen de los conceptos de algunos de los autores mencionados en la Introducción.

Así, la *comunicación humana* se referiría al proceso general del intercambio informativo entre los humanos a través del tiempo. Como dice Poli, el "fenómeno complejo que constituye el elemento primigenio del proceso de socialización". O en el sentido de De Fleur, cuando manifiesta: "la historia de la existencia humana, debería explicarse más adecuadamente de acuerdo con los diferentes estadios en el desarrollo de la *comunicación humana*, cada uno de los cuales tiene profundas consecuencias, tanto para la vida social colectiva, como para la individual".

De Fleur, en algún momento, se acerca a Mc Luhan en su determinismo tecnológico, pero deja las puertas abiertas para un concepto especial sobre la *comunicación social*, ligándola al momento en que se llega a establecer la sociedad, y en especial, cuando modernamente surge la disciplina llamada *comunicación de masas*. La mayoría tiene un concepto claro sobre ésta, cuando se refiere al uso de los medios empleados para llegar al gran público.

Por esto, nosotros proponemos no entrar en una discusión semántica, sino referirnos, primeramente, al desarrollo de la *comunicación humana*, y luego ocuparnos de la *comunicación social* (los problemas actuales del uso de los medios).

Es conveniente considerar, inicialmente, el fenómeno prehistórico que originó los primeros intercambios de información entre los seres primitivos.

Sin penetrar en las profundidades de un análisis antropológico, ni menos incursionar en las distintas teorías sobre el desarrollo del hombre, nuestra atención se fija en la relación humana (no animal) del hombre primitivo, que se caracterizó por su deseo de adquirir e intercambiar información, y que dio lugar al fenómeno de la comunicación.

Hoy en día, frente a la capacidad que tenemos de recibir y mandar mensajes, aun a los lugares más lejanos, no se nos ocurre pensar en la vida de incomunicación que existía en la época primitiva, aun entre los núcleos humanos más vecinos.

Esta situación debió revertirse en algún momento y de allí en más, la evolución en la comunicación se fue acentuando y con ella todo el orden social.

Así surge, para algunos estudiosos de la comunicación humana, la teoría de las transiciones.

En virtud de ella, las edades que arqueólogos y otros eruditos describen sobre la evolución de la humanidad, dividiéndola según las herramientas que utiliza el hombre: de piedra, de bronce, etc; ellos prefieren referirlas como eras derivadas de la posibilidad del hombre primitivo para desarrollarse en virtud de su capacidad de intercambio, registro y difusión de la información.

Vamos a enunciar esta teoría, no para servir de base a un determinismo histórico, como pretendía Mc Luhan, sino para describir diferentes épocas en relación con los medios utilizados para la comunicación que demuestran los enormes cambios que ha tenido la humanidad en la materia.

Consideramos la enunciación como teoría, ya que, hasta la época histórica, a partir de la cual podemos reconstruir fehacientemente los hechos, no es posible establecer científicamente las realizaciones humanas, menos en cuanto a la capacidad de comunicación.

Una primera etapa fue, probablemente, la *era de los signos y las señales*. Es probable que los primeros hombres primitivos no tuvieran otra forma de intercambiar información o conocimiento, o manejar una relación humana, que mediante rudimentarios elementos de tipo animal, sonidos, ruidos, gruñidos, chillidos y lenguaje corporal de gestos y movimientos del cuerpo.

En esta breve comunicación, no fijamos tiempo (cientos de miles, o miles de años, quizás) ni establecemos razones de esta limitación del lenguaje (tamaño del cerebro, forma de la laringe, etc.) o realizamos un análisis sobre los objetivos y las posibilidades del conocimiento en esta etapa primitiva. Determinamos, solamente, una probable situación.

El cambio fundamental, radical y trascendente, ocurre cuando los seres humanos entran en la *era del habla y el lenguaje*. También aquí es posible discutir sobre la época en que se produjo este fenómeno.

El lenguaje articulado es, a la vez, signo y resultado de la abstracción y de la generalización. Todo el que habla es un ser que piensa (exceptuamos casos patológicos).

Por supuesto que asegurar que todo el que piensa debe ejecutar un lenguaje, sería negar el carácter humano de la era anterior, donde los actos de abstracción producidos en el espíritu, se manifiestan por otras fórmulas (signos, señales, etc.)

Pero estamos en la Prehistoria. Cuando entramos en la Historia, allí no existen dudas sobre las realizaciones de distintas civilizaciones humanas.

Muchos años pasaron para que el hombre llevara a cabo logros que marcaron hitos, teniendo como único medio de comunicación, el lenguaje.

Sin embargo, un salto trascendente y espectacular es la transición a la *era de la escritura*.

"Desde las representaciones pictográficas a los sistemas fonéticos, y desde los dibujos estilizados y pinturas que reflejaban ideas complejas, hasta la utilización de letras simples que significaban sonidos específicos" la evolución de la comunicación, utilizando el *medio escrito*, estableció hasta nuestros días la posibilidad de difundir el conocimiento humano, en forma más amplia y precisa.

Los hombres quedaron liberados del esfuerzo de la memoria para transmitir sus culturas y consiguieron reproducirlas para uso de las generaciones que se sucedieron, ya que las ideas podían ser almacenadas, acumuladas y luego utilizadas posteriormente.

Por ello, algunos sostienen que la evolución que tienen los signos de la escritura, haciéndola nacer hasta de las pinturas rupestres, que son por cierto muy antiguas, son ejemplos de una capacidad de memoria, pero no tendrían valor si no respondieran a un código de interpretación que permitiera el intercambio informativo.

Es por ello que se le fija a esta era un principio mucho más cercano a nuestros días (quizás 6.000 o 4.000 años antes de Cristo), cuando interpretamos las escrituras de caldeos, y luego de sumerios, y también en otro sentido, los jeroglíficos egipcios.

El hecho más saliente de esta época lo proporciona el uso de materiales más manuales para la escritura: el papiro y el papel, en lugar de las escrituras sobre piedra o arcilla.

Mencionamos la importancia de los libros y manuscritos que se pudieron distribuir a través del tiempo, para lograr un llamativo progreso en la comunicación. Algunos de estos ejemplares han llegado hasta nosotros como piezas de museo.

Pero, dentro del uso de la escritura como medio de comunicación, el otro salto fundamental lo constituye el *invento de la imprenta* en 1455, en la ciudad de Mainz (Alemania), por un desconocido orfebre: Johann Gutenberg. Esta fue precedida por una idea de impresión, con un sello o un dispositivo parecido a un rodillo con símbolos grabados. Pero la posibilidad de utilizar el invento de Gutenberg con su prensa primitiva y tipos de letras grabados, fue la base para llegar a los tipos móviles.

Al comenzar el siglo XVI, las máquinas impresoras de tipos móviles producían miles de ejemplares de libros, hechos sobre papel. Esto permitió una difusión del conocimiento, que si bien no llegaba a un amplio público, extendió grandemente el ámbito cultural.

La era de los *medios de comunicación de masas*, puede considerarse una evolución de la era de la escritura, pero tiene características sustanciales distintas, no solamente por su alcance, llegar con el conocimiento a la masa de los ciudadanos, sino fundamentalmente, por la incorporación de otros medios como el telégrafo y el teléfono. Se considera que comenzó a principios del siglo XIX, con la aparición de la prensa escrita.

El periódico de masas fue un gran éxito, que se difundió rápidamente por distintas partes del mundo. Cuando se combinó la tecnología de una impresión rápida, el periódico pasó a formar el primer y genuino medio de comunicación de masas.

Sin embargo, se considera que la era de comunicación de masas empezó a principios del siglo XX, con la invención y adopción generalizada del *cine, la radio y la televisión*. Se

hizo efectiva, como no caben dudas en estos momentos, cuando los mismos adquirieron el nivel de difusión que hoy tienen.

El periódico no desaparece y mantiene su importancia, pero nadie duda del nivel comunicativo que ha adquirido la radio y la televisión. Esta última, al reunir la comunicación oral, escrita y gráfica, como también por su oportunidad de difusión en tiempo, es hoy el medio masivo de más poder de penetración.

Dice De Fleur: "La entrada del periódico, del receptor de radio y del aparato de televisión en el hogar del ciudadano común, representa un cambio tecnológico que tiene, para la gente común, un significado más importante que los mayores logros en la vanguardia de la ciencia".

Para esta era, falta una mención sobre la informática, que constituye el último logro (por lo menos a la fecha) para difundir el conocimiento. Quizás técnicamente supere a los medios existentes en cuanto a calidad de almacenamiento y posibilidad de difusión de la información. Pero no puede considerarse todavía medio de comunicación de masas por la limitación del alcance masivo. El tiempo dirá si no estamos frente al último medio, por lo menos hasta que no surja otra invención del maravilloso cerebro humano.

Como se ha podido ver, en este capítulo hemos utilizado el término "comunicación humana", para referirnos al proceso total y luego, indistintamente nos hemos referido al contexto moderno en particular, denominándolo "comunicación de masas o comunicación social", para respetar la expresión de los distintos autores.

A partir de este momento, unificaremos estos últimos nombres y llamaremos al proceso *comunicación social*, aceptando que, por la costumbre, se nos pueda escapar el término "masivo" o "de masas" en alguna oportunidad.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Aquí, como en el capítulo anterior, se presenta la misma circunstancia: el uso indistinto de términos: medios de comunicación social o medios de comunicación de masas o masivos. Además, en numerosas obras, se hace referencia a los

"mass media" o simplemente "los media" (en inglés medios de masa o medios).

Pero en todos los casos se trata de definir a los modernos medios tecnológicos comúnmente usados para difundir conocimientos, o noticias en forma masiva a todo el público. Se incorporan en esta denominación los tres ámbitos en que ellos se mueven: el gráfico (prensa escrita); el radiofónico (radio) y el de la imagen (cine y televisión).

Otras formas: escritos, como los libros; o audiovisuales, como radio y TV, considerados desde otro ángulo; o especializados como videos, cassetes, discos, teatro, manifestaciones públicas, exposiciones artísticas, teléfono, y en especial *la informática*, último impacto de la comunicación, son, en verdad, medios de comunicación y hacen a la distribución de la información y del conocimiento, especialmente este último, pero no serán considerados como medios de comunicación social, cuando no tengan el carácter específico y masivo que caracteriza a esos medios.

EVOLUCION DE LOS MEDIOS

Cuando tratamos la comunicación humana, fijamos en forma general las transiciones que caracterizaron cada época (señales, oral, escritas, de masas). Mc Luhan sostuvo que los medios condicionaban cada nueva forma de comportamiento de la sociedad. Si bien no aceptamos este determinismo, nadie puede negar la influencia que los medios tienen sobre la sociedad.

Ellos han surgido luego de un largo proceso humano con la presencia de variados factores sociales. Y luego de una permanencia en cada etapa se han ido dando paso, creando distintas formas.

Al llegar a la sociedad de masas, o sea la de la acción de los medios de comunicación social, parece necesario realizar un estudio sobre la evolución de estos medios en ese estado de la sociedad. La brevedad de esta comunicación no nos permite ponerla de manifiesto. Primero porque la historia

del periodismo, del cine, de la radio, de la televisión, de la informática, es de por sí tan amplia y profunda, como para merecer un tratado cada una. En segundo lugar, porque esta evolución no se dio de la misma manera cronológica en todos los países, aunque sí, sistemática, por la adopción posterior de los inventos más avanzados.

Por ejemplo, desde el invento de la imprenta, la prensa escrita fija en distintas épocas su aparición en Europa, Estados Unidos de Norteamérica o en la América colonial hispana. Los otros medios más avanzados siguieron otros caminos. Así, un estudio sobre su evolución en Estados Unidos de Norteamérica, establece que: "debido a las características de la Nación, el periódico se propagó relativamente despacio durante casi un siglo, y alcanzó su máxima difusión per cápita en los tiempos de la primera guerra mundial. El cine, en su forma tradicional, se extendió más rápidamente a lo largo de unos cuarenta años y llegó a su punto álgido entre 1930 y 1940. La radio siguió una pauta distinta, aumentando al principio con mucha rapidez para después, en algo más de medio siglo, alcanzar su punto máximo en cuanto a nuevos propietarios de aparatos. Por otro lado la televisión se extendió totalmente por la sociedad, en un tiempo destacablemente corto".

Esta inserción de un nuevo medio no se hizo sin un choque con los anteriores, en una lucha, tratando de desalojarse, y con daños inflingidos en sus estructuras a medida que se aceptaba el cambio.

Por ello, no se puede entender el sistema de comunicación social, analizando en forma separada cada medio, sin entender que los medios constituyen un sistema global, que está profundamente incrustado en la sociedad.

INFLUENCIA DE LOS MEDIOS

Establecido que los medios ya han sido incorporados a nuestra estructura institucional, no destacaremos cual de ellos

ha logrado el lugar de preferencia, sino que enfocaremos el problema globalmente.

La forma en que la comunicación social ha logrado acercar los países, con la incorporación de la moderna tecnología, en especial la satelital, ha dado lugar al concepto de "aldea global", como se considera a la tierra.

Convengamos en que los efectos no son los mismos sobre todos los países. La diferencia cultural existente en las distintas regiones de nuestro planeta hace que el resultado de una información no cause en todos el mismo efecto, por lo menos en el corto plazo. De allí nacen las diferencias con que son recibidas informaciones emitidas por países del primer mundo por parte, por ejemplo, de regiones de Africa que nacen a la civilización.

De los estudios realizados, surgen dos aspectos distintos: algunos intentan dar una explicación de lo que les pasa a los individuos en un contexto temporal más o menos inmediato, en el momento en que los medios de comunicación social llegan con su contenido a públicos con características particulares; otros piensan que hay que explicar las influencias ejercidas a largo plazo, o tratar los efectos indirectos de la comunicación social en nuestra sociedad y nuestra cultura.

Debemos establecer que atribuir a los medios una influencia directa o indirecta, no es para asegurar que son los únicos formadores de opinión o edificadores de la cultura.

Es evidente que la gente acude a los medios, recibe el significado de sus contenidos, adquiere conocimientos de éstos a causa de su exposición a ellos, principalmente por su técnica especial de captación, y así, finalmente utiliza estas influencias para reaccionar ante el entorno. Cuando tratemos sobre *intención* y *forma* en la actuación de los medios, veremos el alcance positivo o negativo de ese accionar.

Por ello, los que intentan determinar la influencia de los medios sobre el público, no los consideran totalmente responsables de la conducta del mismo. Han podido establecer que medios y público se realimentan, de forma que los primeros muchas veces difunden lo que quiere ver y oír el segundo. Un

ejemplo es el famoso "rating" de televisión, que influye en la programación de la misma.

Así, al marcar la influencia de los medios, no es menos importante considerar la situación que vive la sociedad en la que éstos actúan. En los procesos sociales que marcan la estabilidad, el conflicto o el cambio actúan factores que condicionan la conducta humana, haciendo posible la actuación de los medios en determinado sentido.

Esto ocurre cuando existe confusión respecto de los valores que deben orientar a la sociedad y las normas que relacionan a sus integrantes son ambiguas, cuando se altera la actitud individual o colectiva de los mismos y quedan expuestos a recibir influencias de otras fuentes ajenas a sus tradiciones.

Abel Posse, en un artículo en "La Nación", "El 9 de Julio y la Nostalgia de Ser", llega a decir: "Una juventud sin valores, sin convocatoria, sin leyenda, sin héroes". "Mecida en la estupidización audiovisual comercialmente globalizada". "Tal vez sientan que el progreso de las cosas ha sido mayor que el de la calidad espiritual y el coraje de sus descendientes". "Ver decaer nuestras ganas de ser. Año tras año nos ven vivir las fiestas patrias, sin fiestas, sin fervor, sin banderas".

Se piensa que lo que hace influyentes a los medios es una combinación de complejidad social, consenso limitado, ausencia de normas, confusión personal y alienación o aislamiento psicológico. Lo dicho proviene de un letargo cultural, que altera evidentemente las características de un pueblo. Es por ello que muchos se han dedicado a establecer la forma como los medios influyen cambiando radicalmente una situación, con carácter transitorio, o a veces peligrosamente en forma permanente.

Alvin Toffler, en el *El Cambio del Poder*, sostiene que el poder pasa, en nuestra época, por el conocimiento y con él se logra alcanzar y mantener eficazmente el control político, económico y social.

¡Qué mejor elemento, entonces, que el uso de los medios para hacer efectivo el control del conocimiento!

EFECTOS DE LOS MEDIOS

Al considerar el uso de los medios de comunicación social y su influencia, conviene advertir primero sobre la *intención* que se persigue con ellos.

Surge, así, de inmediato, la necesidad de establecer qué se pretende lograr. ¿Se trata de informar y transmitir conocimientos; actuar con la única finalidad de ilustrar, instruir, contribuyendo, de esta manera, al desarrollo cultural de la sociedad e influir decisivamente en los procesos de transformación cultural?

¿O se busca formar opinión en el público en determinada dirección, tratar de lograr una identificación con una causa determinada, o inducir a la adopción de conductas individuales o colectivas elaboradas?

En cualquier caso, los objetivos que se pretenda obtener pueden lograrse mediante *el contenido* que se difunde o por los efectos que causan los medios por su *forma* específica *de actuar* (en especial, algunos tan característicos como la televisión).

No entramos aquí, todavía, en la calificación ética, aspecto que se podrá tratar luego de un conocimiento técnico más profundo. Lo que es evidente es que son formas distintas de encarar su uso.

El contenido

Los medios difunden noticias, conocimientos, opiniones de la más variada índole: política, internas o internacionales, económicas, culturales, artísticas, policiales, deportivas, publicitarias, etc.

Cuando ellas se ajustan a la verdad, a la realidad, a códigos deontológicos establecidos, son, como ya lo vimos en varias oportunidades en la introducción de este ensayo, una ayuda fundamental para el crecimiento cultural de la sociedad.

Pero el contenido puede, también, ser elaborado sobre errores filosóficos, políticos, religiosos. Ser vehículo de ideo-

logías perversas. Contener lo que anatematizó Revel: la mentira, la inmoralidad. En estos casos las consecuencias pueden ser lamentables. El contenido es lo que se dice, pero también es fundamental quien lo dice: esta es la *fuentes* y tiene su importancia.

La forma de actuar

Los efectos de la difusión no responden, exclusivamente, al contenido. La forma en que el medio se comporta ante el público también influye sobre éste, condicionándolo en la aceptación o rechazo del conocimiento que divulgue y también en la conducta que se adopte frente a la información. Por su esencia, tienen distintas formas de actuar y, consecuentemente, distinta proyección. Los medios audiovisuales son los que permiten en la actualidad mayores efectos en la persuasión y en la manipulación.

USO DE LOS MEDIOS

La manipulación. Información y desinformación. Verdad y mentira

A partir de este capítulo se deja de tratar los temas que hacen al contexto, para entrar de lleno en lo referente al uso ético de los medios.

"En términos realistas, ni es necesario conocer siempre toda la realidad para decir informativamente la verdad; ni para engañar al público se requiere que todo lo que se dice sea falso". Por ello, importa el uso que se haga de los medios de comunicación social.

En el decir de Blázquez "manipular los medios de comunicación implica intervenir deliberadamente en los datos de una noticia por parte del emisor; trastocar sutilmente esos datos de modo que, sin anularlos del todo, den a la noticia un

sentido distinto del original en función de unos intereses preconcebidos por parte del emisor. Y todo ello, de tal forma que el receptor no pueda percatarse de esa intervención sin recurrir a otras fuentes de información".

Si bien esta definición es suficientemente ilustrativa, debemos agregar que no solamente las noticias pueden ser manipuladas, sino que todo conocimiento es susceptible de ser sometido a técnicas que pueden deformarlo o también destacar su contenido, según la intención del emisor.

La manipulación informativa es un hecho público, pero existen diferencias entre la que responde a necesidades técnicas y no altera el sentido de su contenido, de aquella que se ejecuta para obtener un fin político, ideológico o económico deliberado, afectando aspectos éticos.

La información, bien elaborada, es el aspecto positivo de la comunicación, ya que se trata de la transmisión a personas o público en general del conocimiento. Ciertamente es que para hacer posible la distribución del conocimiento, se requieren ciertos requisitos: que el conocimiento sea lo más exacto posible; que el que lo recibe tenga una base mínima que permita comprenderlo; que exista cierto código común, algo como un mismo lenguaje de interpretación entre quien transmite y quien recibe. Parece, a simple vista, que los medios de comunicación social deberían ajustarse a lo expuesto. Por lo tanto, trataremos de establecer si esto se cumple.

La verdad, según Brugger, "en la acepción más general, expresa una igualdad entre inteligencia (el conocimiento intelectual) y ser; y en un sentido más profundo, una total interpenetración de ambos".

La verdad auténtica es "universalmente" válida, o sea, vale para todo intelecto cognoscente. Lo que es verdadero para uno, no puede ser falso para otro. En ese sentido, toda verdad es "absoluta" y no hay verdad alguna "relativa", es decir de sentido diverso, según la diversidad de sujetos. (Nos oponemos así al "relativismo").

La mentira, según Durandín "consiste en dar voluntariamente a un interlocutor una visión de la realidad diferente de

la que uno mismo tiene por verdadera". La mentira se define, pues, en relación con la verdad.

Como obviamente defendemos que se debe difundir la verdad, dando aceptada esta premisa, nuestra atención se centrará, brevemente, sobre el problema que crea la mentira.

Si seguimos el pensamiento de Durandín, el principio general de la mentira es manipular *signos*, para economizar *fuerzas*.

Signos es aquello que se muestra al interlocutor, o sea palabras orales o escritas, imágenes, personajes, objetos o fenómenos, acciones, documentos, verdaderos o falsos.

Por *operaciones*, entendemos las transformaciones que se ejercen sobre la realidad. Las principales son: hacer que una cosa que existe, no exista; hacer creer, opuestamente, que una cosa que no existe, existe; deformar una cosa que existe. Cada una de estas operaciones permite mostrar una variedad de técnicas, que no estamos en tiempo para desarrollar en este estudio.

Los numerosos ejemplos que se nos brinda para demostrar la manipulación de la información, no solamente en los países totalitarios (lo que no nos causaría asombro) sino también en los democráticos, nos permiten concluir que no todo lo que se considera como *mentira*, merece ese título.

Mayor efecto causan las verdades dichas a medias o deformadas; el ocultamiento de información; las composiciones de noticias y hechos elaborados por los medios (principalmente la televisión); el mensaje ideológico o político deslizado en un contexto informativo insospechado; la inclusión de noticias, comentarios, opiniones, destinadas a impactar al público, más por lo que sugieren, que por su real contenido; la negación del acceso a los medios de personas, grupos, países, cuyas opiniones contrarían los intereses o las ideas de los dueños, dirigentes o influyentes de aquellos; la asociación de informaciones con otras para conseguir una determinada orientación, etc.

Estos y otros hechos pertenecen al vasto campo de la modernamente llamada "desinformación", que constituye uno

de los aspectos más importantes y censurables para la ética de la comunicación.

La desinformación, se admite, es un término originalmente ruso, "dezinformatsiá", que fue empleado por los soviéticos en el año 1920. Apareció, luego, en el diccionario de la lengua rusa de 1949, que la definió como : "La acción de inducir a error mediante el uso de informaciones falsas".

En la gran Enciclopedia Soviética de 1952 se la define: "Difusión (por la prensa, radio, etc.), de noticias falsas con el fin de confundir a la opinión pública". Otras definiciones aparecen en los diccionarios de 1953, 1969, 1978 y posteriores.

Lo curioso de la aseveración soviética, es que dicen que el término es de origen francés y acusan a las potencias occidentales de aplicarlos para sostener su "ideología burguesa" y atacar a la URSS. Justamente los soviéticos, que han sido los maestros en el uso de la desinformación y que tenían un servicio especializado en la materia (en la KGB), se expresaron de esa manera.

Ya enunciamos en forma genérica algunos ejemplos de desinformación: la mentira, que ha merecido la atención de los estudiosos y sobre la que ya hemos hablado; la deformación de la verdad; y el ocultamiento de ésta. Sobre este último aspecto, es necesario efectuar una aclaración, ya que muchos no aceptan incorporarlo lisa y llanamente, sin alguna consideración previa.

Los medios de comunicación social permiten la difusión de toda noticia o conocimiento que consideren de interés, sin medir consecuencias. Ante esa situación, quien debe responder a un requerimiento periodístico, puede emitir su opinión (porque muchas veces de eso se trata, opinar, no informar) sin medir riesgos, no personales, sino para otros intereses, especialmente los colectivos, aún cuando se trate de noticias verdaderas.

Un Jefe de Estado, o funcionario importante político o económico, cuida su respuesta cuando advierte que ella puede producir un efecto negativo para los intereses en juego, cuando deba ejecutar una medida o realizar una investigación. Sabe

que los llamados "trascendidos" pueden alterar la realidad. Son respuestas conocidas: "no se piensa en una devaluación", "no se efectuarán más cambios", "no puedo responder por el secreto del sumario", "no he considerado, por ahora, el tema", etc. Estas varias formas de ocultamiento de la información pueden ser del ámbito de la prudencia, y no de la desinformación, de no mediar intenciones ocultas negativas. El accionar diplomático en el ámbito internacional está lleno de ejemplos de ocultamiento de información, por no aceptar que también lo está de desinformaciones.

Otro ejemplo de desinformación, que en este caso pertenece a Julián Marías, en su artículo "La opinión prefabricada", publicado en el "ABC", lo consideramos realmente de valor para comprender el tema, cuando dice que la misma "puede afectar a realidades muy distintas: un país entero, un régimen determinado, una ideología, un escritor, artista, deportista, una posición ante una cuestión controvertida. No importan las enormes diferencias".

Se empieza a hablar de una de estas cuestiones, y al cabo de poco tiempo -esto es esencial-, recae sobre ella una sentencia aprobatoria o condenatoria, que desde este momento tiene valor de ley.

Tan pronto como surge algo que tenga que ver con la realidad correspondiente, entre ella y el observador se interpone esa "sentencia" que muy pronto adquiere vigencia automática.

"La consecuencia más grave de las opiniones prefabricadas es la inhibición que produce en la facultad de opinar de la inmensa mayoría de nuestros contemporáneos. Una vez que ha recaído sentencia sobre un asunto, la cuestión está fallada, y casi nadie se atreve a opinar por su cuenta, a discrepar, a atender a otros factores, a seguir el desarrollo del asunto y ver su variación. Ni siquiera es frecuente que el individuo se adhiera personalmente a la opinión prefabricada por parecerle justa, por compartirla desde sí mismo".

El resultado salta a la vista, cuando un tema en cuestión ha sido manipulado, dando lugar a una "opinión prefabricada", toda vez que el referido tema, u otro que se asocie por

similitud, es tratado por los medios, no podrá ser visto por el lector, oyente o televidente en otra forma que la sugerida para el mismo. Pero ahí no acaba el peligro de este método de desinformación. Como por contagio, surgen publicaciones, se efectúan comentarios, se realizan obras teatrales, cinematográficas o televisivas, con similares contenidos.

Es muy difícil que no encuentren la adhesión del gran público. Se está ante un hecho consumado. Las cosas son así y cuidado con opinar distinto porque un peso crítico caerá sobre el osado, ya que la capacidad de reacción ha quedado anulada en el público.

"Es extremadamente improbable que nadie se atreva a examinar y poner a prueba las opiniones prefabricadas", éstas ya han sido incorporadas al pensamiento generalizado y se tarda mucho en adquirir la independencia necesaria para opinar discrepando con las mismas.

La influencia de la "opinión prefabricada" no termina con la enunciación de ella, o de una similar. Resulta de utilidad para motivar al público, asociándola con cualquier noticia, hecho o información. Es común que al tratar un tema, se lleve polémicamente la atención del lector u oyente a esa "opinión", mostrándola como ligada al motivo en cuestión, aunque no tengan relación directa uno con otro, para lograr un efecto buscado.

Otros de los aspectos que se pueden considerar dentro de la manipulación de la información, son los relativos al campo de la persuasión. Aquí también conviene efectuar algunas aclaraciones, como lo hicimos cuando nos referimos al ocultamiento de la información.

La persuasión no surge con los medios de comunicación social; sus raíces se hunden en el tiempo. Desde que el hombre, desde la época en que la voz humana fue el único medio de comunicación, usaba de ella para persuadir a la gente en orden a que cambiara hábitos y actitudes, dio así forma al arte de la *retórica*, que, hasta el día de hoy, sigue siendo un método importante.

Pero conviene conocer las estrategias actuales para diseñar mensajes, pensados para ser transmitidos a una audiencia

masiva o los distintos contenidos que emiten los medios utilizados, todo combinado con otras formas de información.

Llegamos de esta manera a la propaganda.

Propaganda e información, son dos nociones distintas.

La *propaganda* es un intento de influir que tiende a modificar la conducta del interlocutor a través de la mediación de sus opiniones. Es su ámbito de aplicación el político, el ideológico o de interés general, para diferenciarla de la *publicidad* que aprovecha también los medios con técnicas similares pero con fines comerciales.

La *información*, por sí misma, es simplemente la transmisión de un conocimiento que deja libre al interlocutor para que éste haga el uso que más le convenga.

En todos los casos, es necesario establecer si se acude a la *verdad* o la *mentira*.

Si no existieran tantos ejemplos históricos y no se hubiera escrito tanto sobre la posibilidad del uso interesado que se hace de los medios de comunicación, no se entenderían ni se justificarían las críticas que sufren en numerosas oportunidades y las dudas que se producen sobre la veracidad de lo que difunden.

El lector, oyente o televidente, que se enfrenta a un medio en funcionamiento, tiene pocas posibilidades, fuera de su propia posición frente a un tema, de contar con informaciones que le aseguren la verdad, o por lo menos el sentido cierto de lo que lee, oye o ve.

Puede creer a pie juntillas, o por lo menos dudar. La posición frente a los hechos, dependerá del nivel intelectual o cultural del receptor y de la calidad o habilidad del emisor.

Este hecho se agrava, cuando el emisor es una personalidad de prestigio y que ha alcanzado un alto nivel en las ciencias, las artes, u otras disciplinas en la sociedad. Aquí se advierte la importancia de la *fuerate*.

Dice Revel: "Nadie piensa, por supuesto, en discutir a estos grandes hombres (hace referencia a renombradas personalidades), ni tampoco a todos los científicos, el derecho de profesar todas las opiniones que les plazca, en todas las esferas que les interesan, sin confinarse en su especialidad. Tienen

la misma libertad de hacerlo que los demás seres humanos. Pero la impostura comienza cuando imprimen el sello de su prestigio científico a tomas de posición que parecen derivar de su competencia, cuando en realidad no se derivan en absoluto. Que un sabio conocido proclame sus simpatías por tal partido político, no es más que una venial operación de propaganda, como la cometen igual los escritores, los actores, los pintores, todos los que poseen un nombre célebre al servicio de una causa, aunque ésta apele a cualidades de juicio sin relación con las que los hacen destacar en su actividad principal".

Nadie les niega a esas personas el derecho de profesar opiniones y propagarlas. Su impostura consiste en presentar determinada causa ideológica, política o religiosa, aprovechándose de su prestigio o calidad de sabio, como derivada de los valores de su especialidad, cuando son ajenas a la misma.

Existen muchos más ejemplos que responden a las variadas formas de manipulación. Si tuviéramos tiempo, podríamos referirnos a las más notorias que se realizan a través de la prensa escrita, la radio, la televisión y la informática. (Estas dos últimas, por su desarrollo tecnológico, son las que permiten mayor variedad y efectos).

En ese sentido, consideramos de vital importancia aquellos hechos que afectan la moral, las buenas costumbres, y las instituciones básicas de la República. Los medios, especialmente los televisivos y las revistas sensacionalistas, destacan preferentemente el sexo y la violencia en la mayoría de sus informaciones.

Es oportuna una expresión del académico doctor Vanossi: "... es que los paradigmas que exaltan los medios no son siempre los de la virtud, desgraciadamente este es un dato de la realidad, los paradigmas de conducta que se suelen ver como ejemplarizantes, no son los de la virtud, o al contrario..." (sigue la cita).

El académico doctor Aja Espil también manifiesta: "El materialismo de los medios de comunicación conduce al extravío. La trivialidad y el todo vale se instalan en la pantalla chica, es la cultura de la imagen que desplaza a lo conceptual.

Giovanni Sartori usa la feliz expresión 'video-política' para mostrar el agotamiento de una tradición intelectual y evidenciar como el 'hombre ocular' transforma al homo sapiens. Como consecuencia, se altera la escala de valores de la sociedad".

Algunos analistas llegan a la conclusión de que la información, tanto la proveniente de los medios estatales como privados, está más o menos contaminada. Y esto es así, porque, si uno censura a los medios manejados por el Estado como respondiendo a los intereses del gobierno, no es menos cierto que los privados hacen lo propio, respondiendo a fracciones políticas o ideológicas determinadas, o a intereses económicos o, por lo menos, actuando según su forma de ver los hechos. (El apoyo económico que necesitan los medios es un factor a considerar en particular).

La noticia seguirá siendo la materia prima de la información. Pero: ¿Qué es noticia? En la acepción más conocida es "divulgación o publicación de un hecho". Desde la aparición de la célebre "Prensa Amarilla", en Estados Unidos de Norteamérica, existió la confusión sobre lo que resulta de interés para la opinión pública. Existe una marcada diferencia entre lo que merece considerarse un hecho (sobre todo acaecido en el pasado), y uno actual que se genera rememorando por medio de una interpretación posterior (película alusiva, libros, conferencias, etc.). El medio de comunicación toma este último como referencia, y genera una repetición en cadena, que más se parece a una pieza de propaganda que a la difusión del hecho original auténtico. Esto es más notable cuando se tiene acceso a varios medios de comunicación social simultáneamente, unidos a manifestaciones públicas de distinto orden, según las circunstancias. Resulta así, una noticia deformada, respondiendo a otros intereses que a la serena divulgación y, entonces, llega al gran público hábilmente manipulada, obteniendo un resultado que no responde a la difusión de la verdad, afectando, por lo tanto, la ética.

El lado positivo de la información

El capítulo anterior que pone en evidencia el mal uso de los medios de comunicación, no puede tomarse como determinante para el juicio a efectuar sobre los mismos.

Sería injusto no resaltar, como lo vimos en la cita de Le Fleur en la introducción de esta comunicación, los aspectos positivos existentes en la difusión de la información.

No nos vamos a referir al beneficio cultural que se obtiene con la enorme acumulación de conocimientos universales que nos llegan por intermedio de los medios. Ni a la acción de esparcimiento que se puede lograr. Vamos a precisar, como lo hicimos al tratar sobre los aspectos negativos, algunos hechos que sirven de ejemplo. Son, en este momento, la denuncia de los flagelos que afectan a nuestra sociedad: la corrupción, la drogadicción, el terrorismo y la violencia.

Es de destacar la posición, diríamos unánime, opuesta a los tres primeros que han tomado todos los medios de comunicación social. Por ello no es necesario abundar en ejemplos, pues es noticia diaria la condena de estas lacras de la sociedad moderna.

El académico doctor Spota, al referirse a la ética pública dice: "No hay duda de que las tachas repetidas y los juicios bien disvaliosos hacia la moralidad de la administración pública en estos últimos diez años, conocidas esas transgresiones gracias a la libertad de expresión y prensa, desde que siempre existieron, y ahora sucede que reiteradamente han tomado estado público y se los conoce, han incidido enormemente en la recepción positiva de la norma que me ocupa".

El académico doctor Badeni, al referirse concretamente al tema, manifiesta: "Lo que también es cierto, es que el fenómeno de la corrupción, en su relación con la ética, nunca tuvo la difusión pública que ha tenido en los últimos años. No se oculta, ni su conocimiento se reduce a determinados grupos sociales.

Esa difusión es buena, porque ella, en definitiva, genera fundamentalmente a través de los medios técnicos de comuni-

cación social y por la existencia de libertad para poder explicitarla, un mayor conocimiento por parte de todos nosotros sobre los fenómenos de la corrupción, una mayor preocupación por ese fenómeno y una mayor firmeza para tratar de controlarlo. En definitiva, y como meta mínima, esa difusión reduce los riesgos de una eventual expansión o institucionalización de los comportamientos lesivos para el bien común.

También conviene destacar la abundante información que proporcionan los medios sobre procedimientos en la represión del tráfico de drogas y los juicios condenatorios sobre la misma. En cuanto al terrorismo, también ha sido censurado y combatido por los medios. Y, en lo referente a la violencia, estos se defienden sobre su difusión, poniendo en evidencia que la misma está enquistada en la sociedad, y por lo tanto, los medios no hacen su apología al difundirla sino que la critican. Esto es cierto en cuanto se refiere a la noticia diaria. Lo lamentable es la abundante filmografía donde la violencia ejerce un rol protagónico para el logro de los más variados fines.

Lo que también lamentamos, es el olvido por parte de los medios del otro flagelo social: "la acción de la subversión violenta", reemplazada en la actualidad por otras "opiniones prefabricadas", en el decir de Marías.

Creemos que en forma sucinta hemos destacado aspectos positivos y negativos en el uso de los medios de comunicación social, lo que nos permite seguir intentando efectuar el juicio final sobre los mismos.

LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN, DE PRENSA Y LA CENSURA

Cuando se analizan los posibles excesos que pueden cometerse a través de los medios de comunicación social, surge de inmediato la pregunta: ¿pueden evitarse? La respuesta elemental induce a proponer medidas de control, restricciones y por ese camino puede llegarse a la censura.

Parece prudente, primero, analizar profundamente los aspectos relacionados con la libertad.

Comencemos por el respeto a la libertad de pensamiento y de conciencia que no pueden ser limitados, ya que pertenecen a la intimidad de la persona, y, en todo caso, es ella la que les pone límites de acuerdo con su propia conciencia ética.

El problema se pone de manifiesto, cuando se trata de emitir, comunicar a los demás esos procedimientos. Y más aún, si quieren utilizar los medios de comunicación social para difundir públicamente las ideas u opiniones. En esta ocasión, se puede hablar de libertad de expresión o de prensa.

En nuestra opinión, ambas libertades no son sinónimas.

El académico doctor Gregorio Badeni, en un sólido artículo titulado "La desregulación de la libertad de prensa", publicado en "Anales", 1994, se refiere al tema con conceptos muy firmes.

Dice en una parte: "La libertad de prensa es concebida, modernamente, como el ejercicio de la libertad de expresión de manera pública y a través de cualquier medio técnico de comunicación social. Los medios gráficos, la radio, el cine, la televisión, la comunicación abierta telefónica, por vía satelital, mediante la interconexión de computadoras y todo otro procedimiento teórico de comunicación que en los próximos años, seguramente generará el talento del hombre, están comprendidos en el clásico concepto de la libertad de prensa".

La libertad de prensa se ratifica en otra parte: en el artículo 14 (de nuestra Constitución Nacional), cuando se reconoce a la libertad de prensa como sinónimo de la libertad de expresión a través de los medios técnicos de comunicación social.

Sobre estas libertades, existen diferencias en cuanto al trato que se les da en distintos países.

Descartamos las medidas que se adoptan bajo regímenes totalitarios, porque es sabido la regulación que en ellos se efectúa de la difusión de la información. La diferencia, que sin ser sustancial existe en países democráticos, es terminante en cuanto a la libertad de prensa.

Blázquez manifiesta que “no hay que olvidar que la libertad de información se dice prioritariamente por relación a los posibles obstáculos y a las presiones externas provenientes de la legislación general, así como de los poderes fácticos económicos, políticos e ideológicos”. Sostiene que la libertad de expresión o de información significa, entonces, que la ley pública general garantiza la libertad de los informadores en la obtención de las noticias, aunque pone reparos a considerar la emisión de las mismas como principio supremo.

Sin embargo, en los sectores de influencia norteamericana, prevalece la libertad de prensa como un valor absoluto.

Los códigos deontológicos para los periodistas difieren en muchos países y no es el caso efectuar ahora un análisis comparativo sobre los mismos.

En el orden práctico, nos hemos opuesto a cualquier medida que, en forma abierta o sutil, implique un ataque a la libertad de expresión. No obstante, se toleran ciertas medidas que muestran alguna limitación, especialmente con respecto al orden moral. Por ejemplo, en televisión, la hora de protección al menor; o la prohibición de exhibición de películas inmorales de subido tono; la calificación de película para determinado público; la prohibición de exhibir públicamente ciertas ediciones pornográficas, evidencian que la libertad de expresión no es absoluta.

No obstante, la censura queda reservada para tiempo de guerra, donde ningún país se ha resistido a aplicarla bajo legislación conveniente, en orden al bien a proteger: su seguridad.

Terminamos este capítulo, con el pensamiento de Badeni: “Es que el análisis de las instituciones jurídicas, como es la libertad de prensa, debe ser efectuado con un criterio esencialmente progresista o dinámico, y jamás mediante un enfoque literal y restrictivo que no se compadece con los cambios permanentes que se operan en la vida social. Subordinar esa vida social a un criterio legal y pétreo, carente de flexibilidad, constituye un temperamento, que, por no adecuarse a la realidad, desemboca en la inexorable ruptura del orden jurídico. Además, no advierte que la tutela dispensada a la libertad de

prensa se proyecta sobre la libre y pública expresión del pensamiento humano, cualquiera sea el mecanismo técnico empleado a tal fin”.

Concluye: "La experiencia histórica nos revela que cuando mayores son las restricciones al pluralismo y por ende, a la libertad de prensa, más lento y engorroso será el progreso, tal como ha acontecido con los países que estuvieron dominados por la ya inexistente Unión Soviética y por todos aquellos que debieron padecer regímenes autoritarios. En cambio, cuando menores son esas restricciones, más intenso y ágil será el desenvolvimiento de la humanidad, sin perjuicio de las críticas que pueda merecer a la luz de ciertas concepciones éticas, políticas o religiosas que, con lamentable frecuencia, olvidan la presencia de los anticuerpos naturales que posee la libertad para limitar y erradicar su ejercicio abusivo”.

Sin embargo, ante el ejercicio abusivo que muchas veces se comete, con el uso de los medios, los anticuerpos naturales que posee la libertad, para actuar positivamente, deben responder a principios éticos indispensables.

ETICA EN EL USO DE LOS MEDIOS

O. Von Nell Breuning en su trabajo: *Sobre Etica y Derecho Natural*, se refiere a la ética social y la define como "la ciencia de las normas concernientes a la actuación moral, rectamente ordenada en el dominio social, es decir, a las normas de acción de las formas sociales y del individuo, miembro de dichas formaciones, en relación con ellas”.

Distínguese de la ética individual, relativa a las normas de acción del individuo como tal, en su relación con Dios, con sí mismo, y con el prójimo, prescindiendo de su vinculación social.

Más adelante, afirma que es rama principalísima de la ética social, la *ética política* y, en cambio, la *ética profesional* en la que incluye abogados y médicos, comprende normas, tanto de ética individual (elegidas y adaptadas al caso particu-

lar), como de ética social, porque ambas están tan entrelazadas en la vida, que su separación sistemática es irrealizable".

Creemos que estos conceptos de Nell Breuning alcanzan también a todos aquellos que usan los medios de comunicación social.

El doctor Aja Espil dice: "Hay una ética social o sea una pauta cultural de una sociedad en un momento dado de la historia, y de este contexto socio-cultural aflora una moralidad que inspira la conducta de la comunidad, de los gobernantes y del Estado."

"La ética social se nutre de cada una de las acciones de los individuos y de ahí aterrizamos en que el bien común implica una conducta ética de cada uno y de todos los ciudadanos".

Volviendo a la ética profesional, ésta debería ser la base de los códigos deontológicos que regulen la actividad de los profesionales de la comunicación.

Esta regulación no debe violar la libertad de expresión que sostiene Badeni, sino que, como afirma Blazquez, lo jurídico y lo ético se entrecruzan de tal manera que resulta a veces difícil separarlos. Esta unidad de ética y derecho en materia de información, aparece reflejada en el artículo 16 del Código de Derechos Humanos, elaborado por la Comisión de Derechos Humanos de la ONU en 1953, refiriéndose a la libertad de expresión: "Nadie podrá ser molestado a causa de sus opiniones. Toda persona tiene derecho a la libertad de expresión; ese derecho comprende la libertad de buscar y difundir informaciones e ideas de toda índole, sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, por escrito, o en forma impresa o artística o por cualquier otro procedimiento de su elección. El ejercicio de las libertades previstas en el artículo precedente, entraña deberes y responsabilidades especiales. Por consiguiente, puede estar sujeto a ciertas restricciones que deberán, sin embargo, estar expresamente previstas por la ley y ser necesarias para asegurar el respeto de los derechos o de la reputación de los demás, y para la protección de la seguridad nacional, del orden público, o de la salud o de la moral pública".

Si bien el texto es terminante en cuanto a tratar de darle fundamentación ética al derecho positivo en esta materia, toda vez que se ha tratado de regular la información en orden a asegurar los bienes enunciados, las medidas que se han propuesto han sido objeto de críticas, justificadas en parte, por la sospecha o desconfianza de estar frente a un caso de censura o desinformación.

Resulta así que permanentemente nos encontramos frente al dilema propuesto por el uso de los medios de comunicación: ¿Cómo lograr la difusión de la verdad? ¿Cómo evitar la mentira?

Dice el doctor Spota: "... entiendo que cuando en una sociedad a la sanción ética no se la estima ya eficaz para condicionar o detener conductas que se viven disvaliosas, y a esos contravalores se los juzga gravitantes para el presente y el devenir de esa sociedad, entonces se convierte o mejor dicho se muta a la norma ética en jurídica. Así, aunque no se lo diga expresamente, se juzga y entiende mejor garantizar la eficacia de la sanción. Este es el objetivo real aunque no declarado de la mutación, sea o no, en definitiva, el tránsito eficaz para lograr el objetivo buscado".

"El derecho a informar es correlativo del derecho a ser informado. Ese es el límite más obvio y natural para pensar en las restricciones que pudieran presentarse en la materia. Existe, además, la limitación de la propia conciencia profesional del informador, cuyo parámetro limitativo, se encuentra en su propia honestidad personal, y en las leyes que pudieran intervenir".

La ética para la comunicación se puede inscribir en este párrafo del discurso dado por Ezequiel P. Paz, director de "La Prensa" en Buenos Aires, en ocasión del 56° Aniversario de su diario, el 18 de octubre de 1925: "Informar con exactitud y con verdad; no omitir nada de lo que el público tenga derecho a conocer; usar siempre la forma impersonal y culta, sin perjuicio de la severidad y de la fuerza del pensamiento crítico; desechar los rumores, los "se dice" o "se asegura", para afirmar únicamente aquello de lo cual se tenga convicción afianzada por pruebas y documentos; considerar que es preferible

la carencia de una noticia, a su publicación errónea o injustificada; cuidar de que en las informaciones no se deslice la intención personal del que redacta, porque ello equivaldría a comentar, y el reportero o cronista no debe invadir lo reservado a otras secciones del diario (editorial, comentarios, opinión....), recordar, antes de escribir, cuan poderoso es el instrumento de difusión del que se dispone, y que el daño causado al funcionario o particular por una falsa imputación, no se repara del todo con la aclaración y rectificación concedida caballerosamente; guardar altura y serenidad en la polémica y no afirmar nada que tengamos que borrar al día siguiente".

Las palabras de Paz fueron adoptadas como código para los delegados al Primer Congreso Panamericano de Periodistas (7 al 13 de abril de 1926). Posteriormente fue adoptada como credo de la SIP (Sociedad Interamericana de Prensa) en su 6a. Asamblea General el 13 de octubre de 1950.

La vigencia de esta actitud ética, trasciende el ámbito del periodismo escrito para el que fue dada. En la actualidad, con la incorporación activa de los medios radiales y audiovisuales en la difusión de la información, debe incorporarse todo el campo del conocimiento al código ético, ya que él es una necesidad para el que informa y el que es informado.

F I N A L

Estas breves reflexiones, nos abren las puertas para una discusión sobre los medios de comunicación social, para la cual se impone concretar algunas bases.

Primero: La etapa correspondiente a la influencia de los medios de comunicación social, es la última, en la actualidad, en el proceso de la comunicación humana. Se la ha denominado la de la comunicación social o "comunicación de masas".

Segundo: La importancia de los medios de comunicación social es una realidad. Su influencia, debida en gran parte al

avance tecnológico, es indiscutible. Luego, no se trata de detener su crecimiento y menos impedir su perfeccionamiento.

Tercero: El análisis y aceptación de su influencia nos obliga a pensar en los beneficios que tiene una acción positiva y, contrariamente, los perjuicios que ocasiona una acción disolvente por parte de los mismos.

Cuarto: Al tratar el punto anterior, nos vemos obligados a definirnos sobre la libertad de expresión y la forma y límites del control en el uso de los medios.

Quinto: Es necesario considerar que los medios no son los únicos determinantes de la conducta humana; otros factores inciden sobre ella. Los medios son herramientas que usan los que tienen acceso a su control, pero, también, reflejan realidades de la sociedad creadas por otras influencias, y, a veces, son inducidos en su accionar por los gustos y deseos del público.

Sexto: A fin de corregir errores y al mismo tiempo preservar la libertad, hemos propuesto la conducta ética, que no solamente corresponde exigirla al ámbito de los medios, sino a toda la sociedad.

Para ayudar a definirnos sobre el objeto propuesto en esta comunicación sugerimos dirigir el análisis sobre los siguientes puntos: *libertad y verdad; intención comunicativa; ética profesional y relación entre norma ética y norma jurídica.*

A efectos de orientar la discusión permítasenos algunas consideraciones:

1. *Libertad y verdad* es tema substancial en esta comunicación. El académico doctor Rodríguez Varela dice en *Ética y Política*: "En la Veritatis Splendor (Encíclica del Santo Padre) se afirma con énfasis la necesaria relación que existe entre la libertad y la verdad, y se rechazan de plano las posiciones

relativistas, inmanentistas y materialistas que niegan el orden natural y que aplicadas en el ámbito político han servido de aparente sustento doctrinal a los totalitarismos del siglo XX" (Maestros en el uso de los medios de comunicación).

2. *La intención comunicativa* se desarrolla en el capítulo de esta comunicación, "Efectos del uso de los medios", cuando señalamos la necesidad de establecer *la intención* que se persigue. Como complemento se comenta que hace más de un mes, el presidente de la Comisión de Comunicación Social del Episcopado Argentino, el Obispo de San Isidro Jorge Casaretto, se refirió a la visión que se tiene desde la Iglesia, del fenómeno de la comunicación social y del protagonismo que han adquirido los medios masivos de comunicación, como instrumentos de influencia decisiva en los procesos de transformación cultural. Anunció que están trabajando activamente en la preparación y organización del Primer Congreso de Comunicadores Católicos, que se desarrollará en Mar del Plata entre el 3 y el 6 de octubre del corriente año.

Lo que intenta destacar es que la Iglesia sostiene que tiene un mensaje que transmitir, y que los medios son un instrumento valioso en ese sentido. Pero que también se debe actuar sobre los mismos para tratar de hacerlos difundir la verdad.

De esta manera, se define a favor de la posición de que resulta del mismo valor ético que los medios se empleen para difundir la información, como que sean utilizados con evidente intención de formar, cuando se apoyan en la verdad.

3. En cuanto a la *ética en la información* y especialmente el ejercicio de la *ética profesional*, desarrollada en otro capítulo, un editorial del diario "La Prensa" del mes pasado, titulado "*Falta de Etica*", nos proporciona, también, elementos de juicio adecuados sobre el tema. Inicia el mismo manifestando: "Parecería que ciertos medios de comunicación, con el fin de brindar una primicia, dejan de lado la confirmación previa, sin prever los alcances o funestas consecuencias que ello puede acarrear". Y su contenido se refiere a comentar la

noticia de la aparición con vida de uno de los desaparecidos en el hundimiento del crucero "Gral. Belgrano" durante el conflicto de Malvinas, que estaría internado en la Colonia Montes de Oca. Como es de público conocimiento, hechas las averiguaciones correspondientes, la noticia resultó falsa. Luego del comentario, el editorial termina así: "Este episodio vuelve a poner de relieve la responsabilidad que le cabe a la prensa en lo que a la forma de dar a conocer una noticia se refiere y demuestra hasta dónde se impone la necesidad de que se aplique lo que siempre fue su norma: la *ética profesional*".

4. Finalmente, el último punto para analizar, *Relación entre norma ética y norma jurídica*, puede surgir de las exposiciones de algunos señores académicos publicadas en el trabajo sobre: "Ética pública según el Art. 36° de la Constitución Nacional, texto de 1994". (Hacemos mención de aquellas citas que pudieran tener aplicación al uso de los medios de comunicación social). Por eso, nos referimos a la cita del doctor Spota que consignamos en otra parte de este trabajo, sobre la mutación de la norma ética en jurídica; a lo dicho por el doctor Aja Espil: "Sólo la ética nos lleva a discutir los valores. El derecho hace lo que puede para evitar disvalores, más que para imponer valores. Los valores resultan de la ética, resultan de la sociedad, resultan, en definitiva, de la educación, el derecho sólo está protegiendo de que no haya una sensación de disvalores que confunda a la sociedad". Y, por último, los juicios del Alnte. Sánchez Sañudo, cuando dice: "...comprendo que ésta no es la solución para 'juridizar la ética pública', comportamiento moral cuyo cumplimiento dependerá de la educación que la sociedad haya dado a sus miembros y al ejemplo y docencia de sus dirigentes, todo lo cual se manifiesta en la cultura de esa sociedad. Pero, de cualquier manera, la juridización de la ética pública no resuelve el problema que pretende erradicar (la distorsión de las instituciones de la libertad), pues podría terminar en la regulación de casi todo, afectando seriamente la espontaneidad y la creatividad, consecuencias ambas, de la libertad".

Quedan así planteados, los temas de discusión elaborados a partir de las citas de la introducción, desarrollados en varios capítulos de esta comunicación y concretados en la parte final, con el objeto de que los señores académicos puedan opinar, con completa libertad, lo que será de gran utilidad para las conclusiones finales.