

Carlos Alberto Rodríguez Ramírez

Algunos elementos para una deontología periodística

Porque las palabras... no son, simplemente.
Sino que van más allá.
Briznas del Ser las acompañan.
Ellas no saben, pero hacer saber.

Alfredo Cardona. *Ars Poética*

Summary: *From an ethical perspective, this paper analyzes the role of media and their reference to reality regarding specific topics such as violence, intimacy and privacy, indifference and passivity and, of course, the social role the communicator plays.*

Resumen: *Este artículo analiza desde la perspectiva ética el papel de los medios de comunicación social y su referencia a la realidad, en aspectos concretos como la violencia, la intimidad y la privacidad, la indiferencia y la pasividad, y por supuesto, la función social del comunicador.*

Las palabras: vehículo fundamental de la comunicación social, trascienden el momento en el que se emiten, vuelan a las mentes receptoras adquiriendo diversos matices o unificando criterios; son uno de los medios para hacernos saber, pero ¿hacernos saber que? Y ¿de parte de quién? Sin duda alguna, responden a una motivación; previo a su libertad de los aprisionados moldes mentales, hay una "confabulación" interna, para valorar cuales son libres y cuales no. Es este el primer filtro, el filtro ideológico, propio, natural y comprensivo,

puesto que somos individuos que vivimos en una sociedad y época histórica determinada, con normas sociales, religiosas, jurídicas y morales, que cuadran más lo que se va a emitir.

Luego viene el contexto en el que se emiten y el para qué se emiten esas palabras, así por ejemplo, no se le dará el pésame a una pareja que contrae matrimonio, porque obviamente esa palabra, aunque tuviese algo de realidad en equis acto nupcial, no calza con un acontecimiento que se supone es de alegría y placer.

Mayor relevancia adquieren, cuando se vive profesionalmente del uso de ellas, puesto que, pueden ser vehículo de veracidad o de sutil manipulación; pueden ser medios de positiva información y comunicación o pueden ser medios de violación a la dignidad humana.

A través de las palabras se da el acercamiento a la realidad cotidiana o el hábil alejamiento de la misma, ya sea por evasión, temor o manipulación. Sobre este vehículo en el que estamos ahora: las palabras, vinculado con la profesión del periodista, los medios de comunicación social y el derecho a la información,¹ nos referiremos a lo largo de este artículo.

Sobre los términos comunicación e información,² son múltiples las opiniones. De acuerdo con su etimología latina, la palabra *información* viene

de informatio-onis: idea, conocimiento, dato, referencia, noticia. Y la palabra *comunicación* de comunico: poner en común, compartir, participar de, hacer sabedor de. Ya su origen etimológico nos muestra una diferencia elemental: en la información la acción es unidireccional; en la comunicación la acción es recíproca.

El *Medio de Comunicación* debe entenderse como una parte del proceso de comunicación, como el canal artificial utilizado por algunas personas para generar un mensaje que es descodificado por los receptores.

Se entiende aquí comunicación, no simplemente la relación exterior entre los seres humanos, sino ante todo:

“una relación interpersonal abierta potencial o tendencialmente a la realización de las personas en sociedad”.³

Es decir, el estado ideal de la comunicación implica un valor moral y el diálogo permanente, que en pocas ocasiones se da a través de los Medios de Comunicación Colectiva, quienes por lo general son más bien Medios de Información, porque los mensajes que se emiten se vinculan directamente con los intereses de los emisores, a saber los dueños y comunicadores de los medios de comunicación social. Estos mensajes tienen que ver no solo con noticias cotidianas, sino también con las expectativas del consumo, sobre todo en la sociedad capitalista actual. Por eso, “quienes poseen hoy el dominio de los medios de comunicación ejercen un poder real, mayor de lo que comúnmente se cree, sobre la sociedad. Condicionan al emisor a someterse a los canales y códigos previamente establecidos, y fuerzan al receptor a aceptar unos mensajes que no pueden ser inmediata y fácilmente contestados”.⁴

Es comprensible pues, que exista una gran distancia entre el estado ideal de la comunicación y las ideas transmitidas por los diferentes medios de comunicación social.

Medios de comunicación y realidad cotidiana

La información en el campo del periodismo, no es simplemente una masa indiferenciada de letras y palabras, sino un conjunto de palabras con un significado que permite “contar” lo que pasa en la

vida cotidiana y que se dirigen al público. Nos referimos, por lo tanto, a esa actividad profesional vinculada con la información que se hace pública a través de cualquier medio de comunicación, que no solo informan, sino que provocan diversos efectos en el perceptor, tales como pasiones o estados de ánimo entre otros.

En este sentido, no se justifica el argumento de algunos informadores, que se escudan en que su misión es informar “imparcialmente”, sin importar la valoración ética de los hechos informativos. Incluso ellos mismos como informadores buscan algo más que dar la información, empezando porque no lo hacen gratuitamente sino que reciben una compensación económica (lo cual obviamente es justo), pero además buscan que su información sea aceptable al público. Coincidimos, por lo tanto, con Niceto Blazquez cuando afirma que:

“Lo corriente es que se busque algo más. En la información comercial anda por medio del lucro. En la política, la lucha por el poder. En lo cultural, la promoción de las ideas. En lo doctrinal, la promoción de modelos de conducta, y así sucesivamente. El que informa lo hace por algún interés individual o colectivo”.⁵

Ahora bien ¿qué es lo que se comunica o informa a través de los medios de comunicación social? Nos hablan y remiten a la realidad cotidiana. Pero chocamos aquí con un tema harto difícil de desarrollar en la actualidad: ¿qué es la realidad? ¿Será acaso la situación desesperada de muchos seres humanos que sufren y mueren a causa del hambre, las enfermedades, la violencia y las guerras, o lo que percibe el ciudadano, por medio de las hojas del periódico, las ondas sonoras o la pantalla del televisor?

Porque en la actualidad, una cosa es ser uno mismo fuente de noticias y otra cosa es recibir las noticias. En el primer caso se está totalmente involucrado, en el segundo caso, es pasividad e indiferencia, por lo general. En el primer caso puede darse la comunicación, cuando por ejemplo se expresan necesidades como el sufrimiento, el hambre; en el segundo caso es “consumo” sin sentido del ocio. Y detrás de esa simbiosis dialéctica, encontramos al profesional del periodismo y el papel que juegan los medios de comunicación social.

La realidad es, por decirlo de alguna manera, una verdad de varias lecturas, donde no hay un consenso unitario, sobre todo en un mundo cada vez más desintegrado y complejo. Ante el espectador se

ofrece un panorama, no con una sola pantalla, sino como dice Fredic Jameson, se le presenta y “se le pide lo imposible: que contemple todas las pantallas a la vez, en su diferencia radical y fortuita”.⁶

Ante tal panorama caben las preguntas ¿puede el profesional de la información y la comunicación colectiva, profundizar en algún elemento específico de los recónditos laberintos del conocimiento?... ¿puede proyectar una mirada profunda más allá de los rostros de la realidad?

Con cierta nostalgia recordamos a Séneca quien decía que llegará un tiempo en el que lo que hoy está oculto para nosotros se revelará a las futuras generaciones. De acuerdo con este pensamiento del estoico romano, se necesitan muchas miradas profundas para penetrar el complejo panorama del mundo actual.

Si bien es cierto, la naturaleza ha ido develando sus secretos lentamente, en la actualidad las miradas de una gran mayoría de los seres humanos, no pasan de ser superficiales. La gente se conforma con los análisis de la realidad descritos por los medios de comunicación colectiva, esta descripción viene a representar “el santuario de la verdad”, la última palabra.

Pero los sectores más poderosos de la prensa mundial, no suelen hacer miradas profundas a la realidad, aunque si realizan miradas convenientes de la misma, y la razón fundamental es que el poder lo justifica todo.

Quienes manejan el poder manejan entonces “el saber”, manejan lo que se considera aceptable o inaceptable, lo bueno o lo malo, los valores o los antivaleores, la verdad o la falsedad. Es decir, dotan a lo aceptable, lo bueno, los valores, la verdad, con las características propias del poder, de tal manera que “el santuario de la verdad”, no es ni más ni menos que un mecanismo de poder.

Así las formas del saber y las prácticas del poder están estrechamente unidas, llevando a los seres humanos en el mundo actual, a ser masificados y consumistas. Incluso el desarrollo científico y tecnológico mismo responde a esta lógica del poder,⁷ lo que Foucault llamó las tecnologías del dominio.

Como resultado de esta situación, es que cualquier intento por destronar al poder imperante, termina siempre con el triunfo del poder, dándose una dictadura del poder. En este sentido, estarán los aliados al poder, por un lado, y los marginados del poder, por otro lado, indistintamente del sistema ideológico imperante. Como base fundamental

de esta lógica del poder encontramos el uso que se hace de los medios de comunicación colectiva.

Quienes ejercen el poder, que son quienes “saben”, pretenden utilizar los medios de comunicación social para “formar” o “domesticar” a la colectividad, incentivando una actitud no contestataria, ni crítica hacia el sistema imperante, sino una actitud pasiva, indiferente y masificada. Ellos forman los criterios, indican lo aceptable, lo que se debe comer, como se debe vestir, los lugares a visitar, el como usar el tiempo de ocio... en fin incentivan las modas. En otras palabras, es la sociedad de consumo que lo engulle todo, que acelera el ritmo de vida y que genera un “proceso universalizador” en las aparentes diferencias, así “el constante bombardeo de datos por los medios de comunicación resta tiempo y fuerzas a la reflexión; sume en un constante presente, quita identidad con el pasado e impide los proyectos... La ciencia, la técnica y la crítica, tan “libres, apolíticas y serias”, se convierten totalmente en instrumentos de dominio y, pese a lo que se dice de la posmodernidad, imponen una concepción totalizante del hombre y su realidad”.⁸

En la época actual, donde ante todo impera el poder capitalista, que ha demostrado una mayor adaptabilidad a los cambios, lo que no sucedió con otros sistemas ideológicos, cualquier intento de transgresión o violación a las pautas marcadas, es hábilmente absorbido por el sistema, recuérdese los movimientos contraculturales como los hippies.

Como ya se ha mencionado el saber y el poder están estrechamente unidos, el saber se refiere ante todo, al saber científico y tecnológico, que es el más avanzado. En el campo de la comunicación, debemos admitir que existe un innegable progreso tecnológico que ha transformado las relaciones sociales e individuales. Al respecto nos dice Blazquez: “La era de la tecnología y la informática coincide con la del hombre “informado” y sumergido en la “civilización de la imagen”.⁹

Esta civilización de imagen que otros autores como Francisco Vázquez prefieren llamar “culturificación”, implica la seria problemática de crearle a los individuos y a la sociedad un “mundo feliz”, puramente imaginado, puramente ensoñado. Mundo mitológico, sobre el que se alza un cielo poblado de estrellas -las del cine, las de la televisión, la canción, y también los personajes de los “ecos de sociedad”.¹⁰

El gran problema consiste, por ende, en que el mundo de la imagen sustituye la realidad.

Existen medios de comunicación más sofisticados (informática); las distancias entre los diferentes lugares del mundo se han acortado; el tiempo cotidiano se ha acelerado; el caudal de informaciones es muy abundante, de tal manera que, la noticia es permanente; la informática ha llegado a niveles tales que organiza racionalmente la sociedad. Pero este progreso tecnológico no necesariamente ha implicado un progreso en la dignificación de los seres humanos.

Cuando nos referimos al poder, no le hemos dado una connotación negativa, es más, admitimos que en las relaciones de los seres humanos entre sí, y lo que les rodea, siempre estará presente esta lógica del poder. Claro está, que en el ejercicio del poder hace falta mencionar otros elementos, de los que hablaremos más adelante.

No queremos decir que son los Medios de Comunicación Social y el progreso tecnológico, los responsables de la violación a los derechos humanos, pero que estos elementos han sido utilizados por alguna lógica del poder, eso es innegable.

Medios de comunicación y violencia

Es evidente que la violencia no es nueva en los seres humanos: recuérdese los asesinatos cometidos por los ejércitos triunfadores en el mundo antiguo, las atrocidades de la inquisición, el tráfico de esclavos, los sacrificios humanos hechos por los antepasados indígenas, para mencionar algunos casos no recientes, que además eran hechos cometidos con conocimiento público y ante cientos de espectadores, que aceptaban aquello como bueno, como parte del orden establecido, como parte de la lógica del poder.

Pero tampoco podemos ser tan ingenuos como para aceptar que el papel de algunos medios de comunicación social y por ende de algunos periodistas en la actualidad, se limitan a informar "objetivamente" y desprendiéndose de cualquier sentimiento, sobre situaciones donde media el dolor humano. No podemos aceptar expresiones como "que si la gente quiere ver sangre, les damos sangre", porque si bien existen los adelantos tecnológicos para mostrar con detalle todas las atrocidades cometidas por algunos seres humanos, se debe valorar cada situación para elaborar lo que se informará a lo sociedad.

Cabe aquí preguntarse: ¿efectivamente es la gente la que pide que le presenten todas esas imágenes, o es la elección exclusiva de quienes están detrás de los medios de comunicación? En nuestro criterio se sigue respondiendo a una lógica del poder, quienes manejan los medios de comunicación deben competir con otros medios de comunicación, está en juego la audiencia; por lo tanto, se debe presentar lo más sugestivo, lo más impactante.¹¹ Visto así, no se puede echar la responsabilidad de esas informaciones a la audiencia, como sutilmente hacen algunos periodistas para evadir su responsabilidad. Además, la lógica del poder está presente, en el sentido de que no se informa tan "objetivamente" sobre la realidad; sólo tómesese como ejemplos los siguientes: el tratamiento de las noticias dado por algunos medios informativos costarricenses con respecto del secuestro del aquel entonces ministro de seguridad, Luis Fishman; o el caso de los involucrados en la problemática del Banco Anglo, no fue el mismo tratamiento cuando ha sido raptada una persona sin ninguna relevancia política o social, o cuando comete un delito cualquier timador, de los tantos que existen; unos ocupan la página de nacionales, los otros la de sucesos.

¿Por qué no se siguió indagando las atrocidades cometidas por el tristemente célebre "comando cobra", contra dos mujeres indígenas de la zona atlántica, o la dudosa participación de otros cuerpos especiales de la policía, que han cometido delitos de igual magnitud al señalado?

Pero claro, no es lo mismo escuchar la voz de una persona con un importante puesto político, que pidió, con justa razón, que los dejaran tranquilos (después de los acontecimientos del famoso secuestro de Fishman), como efectivamente sucedió, que escuchar la voz de una mujer, esposa de un presunto narcotraficante, quien también con justa razón, pidió que no le hicieran tomas televisivas, cosa que no sucedió.

En la escalada racista de este país, se observa como se trata injustamente a personas provenientes de países como Colombia o Centroamérica, especialmente Nicaragua. Ante cualquier hecho delictivo, se atribuye la causa a personas de piel morena o con acento nicaragüense, o se dice que eran colombianos involucrados con cualquier cartel de la droga. Recuérdese el plagio de algunos magistrados, en la corte suprema de justicia y la cobertura noticiosa que se desarrolló, en la mayoría de los medios informativos. Se informó en todos

ellos (con la excepción del Semanario Universidad) que los autores de tan grave hecho eran colombianos y que venían a pedir la liberación de presos colombianos involucrados con el narcotráfico, hasta se señalaron nombres.

Mencionemos otro ejemplo más, el tratamiento noticioso en momentos claves de crisis nacional y mundial. Hace un tiempo mientras se discutían temas tan importantes como la ley de pensiones del magisterio nacional, el cierre de algunas instituciones estatales con los consecuentes despidos de centenares de funcionarios, algunos medios de información, considerados incluso como los más importantes de este país, hacían todo un despliegue noticioso en torno a la firma de un contrato millonario, entre un jugador de fútbol y un equipo local.

Nótese como la lógica del poder, en este caso utilizó el deporte como un mecanismo para impedir cualquier movimiento contrario, por eso, coincidimos con Albert Camus, en no creer "que en tiempo de guerra [conflictos] los caprichos de una estrella sean más interesantes que el dolor de los pueblos, la sangre de los ejércitos o el esfuerzo encarnizado de una nación por encontrar la verdad".¹²

Medios de comunicación, intimidad y privacidad

El tema de la violencia nos introduce en otros aspectos importantes de los medios de comunicación: el deber de la intimidad y el derecho a la privacidad.¹³ Estos dos términos que se mencionan con frecuencia en los análisis deontológicos del periodismo, tienden a interpretarse de la misma manera, lo que implica que se confundan vida privada y vida íntima.

Al respecto nos ha parecido muy útil la aclaración de estos términos que hace Francisco Vázquez, en su obra *Ética y deontología de la información*.

En relación con el término íntimo, nos dice Vázquez que va unido al concepto de lo personal, de la conciencia, de ese centro de decisiones que es cada uno de nosotros, que nos hace ser únicos e irrepetibles, "Nadie podrá invadir ese centro personal, porque constituye el "recinto interior" de la persona, tan sagrado como exclusivo de cada uno. Goza de una "invulnerabilidad ética absoluta", de un contenido exclusivo de cada hombre y de una vida irrepetiblemente única y libre."¹⁴

Respetar la intimidad es un deber, porque esta es un valor ético fundamental que se vincula directamente con la dignidad de las personas, violar este deber conlleva la degradación y destrucción de un derecho fundamental de toda persona. El profesional de la información debe tener en cuenta que existe una serie de valores éticos a nivel de la intimidad, que deben ser respetados, tales como: la forma de pensar, los sentimientos, la vida amorosa, la vida sexual, el inconsciente, la vida espiritual, entre otros.

El término privado se refiere más a lo que circunda inmediatamente a la persona, por ejemplo, la familia, sus propiedades y por extensión comprende pequeños grupos, como por ejemplo comunidades religiosas o instituciones, "Lo privado tiene un origen estructural y una dimensión humana de inferior rango. Se traduce por el eslogan "no me molesten" y responde a un concepto de hombre burgués, que se encierra en el individualismo, la propiedad privada y la independencia social".¹⁵

Lo privado es susceptible de la injerencia pública, por eso lo privado conlleva también una dimensión legal que le indica en este caso al periodista hasta dónde puede llegar. El artículo 12 de la Declaración Universal de los Derechos del hombre, nos dice textualmente:

"Nadie será objeto de injerencias arbitrarias en su vida privada, su familia, su domicilio o su correspondencia, ni de ataques a su honra o a su reputación. Toda persona tiene derecho a la protección de la ley contra tales injerencias o ataques".

El principio sexto del código deontológico del periodismo, dado a conocer por la UNESCO en 1983, nos dice:

"Respeto a la vida privada y a la dignidad del hombre. El respeto del derecho de las personas a la vida privada y a la dignidad humana, en conformidad con las disposiciones del derecho internacional y nacional que conciernen a la protección de los derechos y a la reputación del otro, así como las leyes sobre la difamación, la calumnia, la injuria y la insinuación maliciosa, son parte integrante de las normas profesionales del periodista".

Todo periodista responsable debe respetar la vida privada, informando sobre aquello que tenga interés público y no aquello que pretende ser curiosidad pública. Es decir, el derecho a la información y el derecho a la privacidad son derechos relativos, lo difícil es encontrar un término medio porque:

“La cuestión sobre el respeto a la intimidad y a la vida privada en el ejercicio de la información se plantea ética y jurídicamente con verdadero patetismo en la sociedad actual. Sobre todo teniendo en cuenta la existencia de medios cada vez más sofisticados para detectar y controlar la vida ajena”.¹⁶

En el caso de las figuras públicas, “un criterio tradicional ha sido que la conducta privada solo pasa a ser noticia si afecta el cumplimiento de sus obligaciones”.¹⁷ En ese sentido, lo privado se refiere a lo íntimo y personal, que no debe ser objeto de información pública, exceptuando casos en que se da la prioridad a la información, lo íntimo es lo que cualquier ser humano tiene derecho a reservarse para sí. Lamentablemente cada vez con más frecuencia lo íntimo desaparece, llegando incluso en la actualidad, en programas como los conocidos Talk Show a “intimar” ante un auditorio y ante las cámaras, quienes incluso buscan soluciones inmediatas a problemas existenciales personales, tales como definir sus preferencias sexuales, o la relación entre familiares, es decir, es la imposición absoluta de lo exterior sobre lo interior, que es el último refugio que nos permite ser nosotros mismos.

A través de las noticias, podemos apreciar como ya se ha vuelto una rutina, sobre todo, en la información de sucesos, como se violenta este círculo de la intimidad, presentando imágenes crudas, donde el dolor humano es innegable. El problema más serio con esta violación a este círculo privado, que es la intimidad, es como se cultiva un periodismo sensacionalista o amarillista, que cierra los ojos al dolor, el miedo y el sentimiento de víctimas o familiares.

También se puede observar, hasta con estupor como la gente ve la violencia y el acoso a la intimidad, como si estuviera viendo los escaparates de cualquier vía pública, y las más de la veces con indiferencia o con el interés del visitante de museos. Es decir, se ve lo que ocurre, como algo que ocurre porque sí, siempre y cuando no seamos nosotros la fuente noticiosa. Es asumir la actitud de nada tiene que le ocurra a los demás, mientras no sea a nosotros mismos.

Lógica del poder, indiferencia y quietismo

Lo que queremos resaltar con lo dicho hasta aquí, es que diariamente se dan informaciones de diversa índole, que uno pensaría deben de despertar

a la gente del letargo en que ha caído, pero no, la indiferencia va en aumento, “Todo es llevado por la tumultuosa corriente de una historia y de un destino que parecen no saber de teleologías y de perfección”;¹⁸ la sensación de quietismo e imposibilidad ante lo que ocurre en el mundo se ha venido apoderando de grandes sectores de las sociedades actuales; mientras tanto, quienes ostentan el poder tienen claro su objetivo: mantenerse en el poder.

¿Acaso no es eso lo que sucede en una época de crisis como la que estamos viviendo en Costa Rica? donde a causa de la “modernización” del Estado, miles de personas son despedidas, el aumento de impuestos y de la canasta básica es vertiginoso, el costo de la vida es cada vez más alto; donde un sector mayoritario cada vez se empobrece más, mientras que un sector minoritario se enriquece más. Ante tan sombrío panorama, organizaciones sindicales divididas y sin claros objetivos de lucha son fácil presa, de quienes si tienen claro lo que persiguen.

Mientras tanto, mucha gente siguen soñando con ser millonarias de la noche a la mañana, con lotería u otras fuentes monetarias de relativo fácil alcance; sueñan con el día en que su equipo será el campeón en el próximo campeonato; sueñan con adquirir las últimas novedades eléctricas y electrónicas que prolíjamente el mercado nos presenta. La lógica del poder sigue manejando implacablemente su maquinaria, esa es la fría realidad del mundo actual.

Con preocupación se observa como muchos medios de información social, responden también a las leyes del mercado, no se quiere decir con esto, que la publicidad o la propaganda sean nocivas para el medio de comunicación social, sin duda alguna, representa un elemento esencial en el cimiento financiero de cada empresa informativa. Lo lamentable es que además de ser parte de su economía, condicionen también las informaciones. Por eso, es tan importante la creación de códigos éticos que contemplen no solo al profesional de la comunicación, sino también a los medios publicitarios y a los dueños de los medios informativos; en otras palabras, que contemplen a todos aquellos que tienen que ver con el proceso informativo, respetando también los derechos del público.

Función social del periodista

En la época actual el periodista debe asumir una gran responsabilidad social, donde como parte

de su trabajo, sea el intermediario objetivo entre el ciudadano y el Estado, entre el ciudadano y las estructuras sociales. Le corresponde urgar con profesionalismo en la estructura estatal, que se oculta con frecuencia en la densa niebla del "secretismo", para dar a conocer el tratamiento de temas de diversa índole: económica, política, social, etc, que permitan alertar a la ciudadanía frente a posibles casos de corrupción que afecten la vida individual y colectiva.

El periodista, debe ser el profesional que fiscalice el papel de los diferentes poderes políticos y que sea parte de una conciencia moral crítica, que mantenga a los ciudadanos informados, de tal manera, que puedan hacer valoraciones con fundamento sobre temas públicos.

Esta misma función debe cumplir el profesional del periodismo con respecto a la actividad privada, en cuanto afecte a la esfera colectiva, porque no se puede ser iluso y creer que solo las estructuras estatales están expuestas a la corrupción, no se puede admitir que sea la actividad privada la panacea de los graves problemas que nos aquejan. Los sectores privados más poderosos son responsables de la grave crisis que vivimos y curiosamente las medidas tomadas para mejorar la situación económica colectiva, les afecta muy poco, cabe aquí el dicho popular "En río revuelto ganancia de pescadores".

Para que el periodismo cumpla con las funciones antes señaladas, se requiere de personas adecuadamente preparadas en una escuela de ciencias de la comunicación, así tendrán las habilidades y destrezas necesarias para buscar la veracidad informativa, categoría deontológica por excelencia, que conlleva a la vez independencia y libertad para investigar; y una enorme responsabilidad profesional, por eso el buen periodista no surge de la noche a la mañana. Es preciso profesionales que se ocupen de un periodismo crítico, o como decía Camus, de un periodismo de ideas, que no busquen "informar rápido en lugar de informar bien. La verdad no se beneficia con ello".¹⁹

En líneas anteriores expresamos que siempre estará presente una lógica del poder, en las relaciones humanas, y que para nosotros no tiene una connotación negativa, siempre y cuando, eso si, agreguemos que quienes ostentan el poder permitan una convivencia dialógica con los dependientes del poder (aunque en última instancia todos somos dependientes del poder);²⁰ siempre y cuando, esta lógica del poder permita que el yo individual

surja del hoyo en el que lo enterró el proceso de masificación, como lo expresó el escritor Antonio Gala. El ideal de la comunicación, viene a ser una relación dialéctica entre lo individual y lo colectivo, de tal manera, que nadie puede escudarse en mecanismos de evasión de la responsabilidad, como el clásico: lo *social* es responsable de ... que de por sí es una noción vacía, exonerando al individuo de la responsabilidad que le corresponde. La pérdida o transformación de valores, la indiferencia humana, el proceso de masificación, también son responsabilidad de los individuos, no solo de lo social y sus medios.

Consideramos que los Medios de Comunicación Social y el ejercicio del periodismo, pueden permitir incentivar una sociedad más justa, pueden estar al servicio de la dignificación de los seres humanos, no nos molestemos en gastar energías en pensamientos negativos, como de que este es un ideal y es imposible, ya Camus lo dijo con claridad meridiana en *Moral y Política* "Sabemos, en efecto, que la salvación del hombre es quizá imposible, pero afirmamos que eso no es una razón para dejar de intentarla y afirmamos sobre todo que no es lícito llamarla imposible antes de haber hecho, de una vez para siempre, todo lo necesario para demostrar que no lo era".²¹

Notas

1. ... "podemos sugerir que los medios de comunicación e información tienen que ser conscientes de los supuestos e implicaciones morales que conlleva la utilización del lenguaje, y convertir el lenguaje mismo en objeto principal de responsabilidad moral. El "como" (forma) se cuentan los mensajes comporta tanta gravedad moral como el "qué" (contenido) del mensaje y su "para qué" (finalidad". Enrique Bonete Perales (coordinador). *Éticas de la Información y deontologías del periodismo*. Madrid: Tecnos, 1995, p. 39.

2. Cfr. *Estudios en Honor a Luka Brajnovic*. España: EUNSA, 1992, los ensayos correspondientes a: "Notas sobre la ética de la comunicación social" y "Notas acerca del estatuto epistemológico de los estudios de la información". Véase también Luis López Forero y Luis González. *Ética, Comunicación y Códigos del Periodismo*. Bogotá: Búho, 1990.

3. Luis López Forero y Luis J. González. *Ética, Comunicación y códigos de periodismo*. Bogotá, Búho, 1990, p. 46.

4. *Ibid.*, p. 13.

5. Niceto Blazquez. *Ética y medios de comunicación*. Madrid: BAC, 1994, p.12.

6. Fredic Jameson. *El Posmodernismo o la lógica cultural del capitalismo avanzado*. Barcelona: Paidós, 1991, p. 74.

7. Entendemos por "lógica del poder", el discurso impuesto por el sistema ideológico imperante (entendido como visión de la realidad), en los ámbitos culturales, económicos, políticos, sociales y educativos, que se presentan en las relaciones humanas y su vida social.

8. Marfa Cristina Galante "La posmodernidad y otros relatos" en *¿Posmodernidad?* Buenos Aires: Biblos, 1988, p.p. 50-51.

9. Niceto Blazquez. *Op. cit.*, p. 13.

10. Francisco Vázquez. *Ética y deontología de la información*. Madrid: Paraninfo, 1991, p. 187.

11. Al respecto existen varias películas que han desarrollado esta temática, mencionemos por ejemplo: Héroe (Hero), El Periódico (The paper), El dilema (Quiz Show), Los hombres del presidente (All the President's men), el informe pelícano, entre otras.

12. Albert Camus. *Moral y Política*. Argentina: Losada, 1978, p.p. 24-25.

13. Cfr. Miguel Urabayen. *Vida privada e información un conflicto permanente*. España: EUNSA, 1977; Bruce Swain. *Ética periodística*. Argentina: Tres Tiempos, 1978; Francisco Vázquez. *Ética y deontología de la información*. Madrid: Paraninfo, 1991.

14. Francisco Vázquez. *Op. cit.*, p. 252.

15. *Ibid.*, p. 252.

16. Enrique Bonete (coord.). *op. cit.*, p. 245.

17. Bruce Swain. *Ética periodística*. Tr. Leandro Wolfson. Argentina: Tres tiempos, 1983, p. 101.

18. Esther Díaz "¿Qué es la posmodernidad?" en *¿Posmodernidad?* p.43.

19. Albert Camus. *Op. cit.*, p. 22.

20. Cfr. Michel Foucault. *Un diálogo sobre el poder*. Tr. Miguel Morey. Madrid: Alianza, 1981, p. 21.

21. Albert Camus. *Op. cit.*, p. 36.

Carlos Alberto Rodríguez Ramírez
Escuela de Filosofía
Universidad de Costa Rica
San Pedro, Costa Rica